



ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi) DE MONTPELLIER MEDITERRANEE METROPOLE

1. RAPPORT DE PRESENTATION



Elaboration prescrite par DCM du 27 septembre 2017

Projet de RLPi arrêté par DCM du 23 juillet 2019

Projet de RLPi approuvé par DCM du 29 mars 2021

SOMMAIRE

PREAMBULE	5
PARTIE A DIAGNOSTIC	7
A.1 CONTEXTE INTERCOMMUNAL	8
A.1.1 <i>Communes concernées par le RLPi – Contexte démographique</i>	8
A.1.2 <i>Contexte géographique et paysager</i>	9
A.1.3 <i>Contexte urbain</i>	17
A.1.4 <i>Contexte viaire</i>	19
A.1.5 <i>Contexte économique</i>	22
A.2 CONTEXTE REGLEMENTAIRE	26
A.2.1 <i>Dispositifs publicitaires concernés par le RLPi</i>	26
A.2.2 <i>Les périmètres réglementaires spécifiques</i>	28
A.2.3 <i>Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes</i>	33
A.2.4 <i>Les principales dispositions applicables aux enseignes</i>	40
A.2.5 <i>Principales dispositions applicables aux dispositifs temporaires</i>	42
A.3 BILAN DES RLP EN VIGUEUR	45
A.3.1 <i>RLP de la commune de CASTELNAU-LE-LEZ</i>	46
A.3.2 <i>RLP de la commune de Juvignac</i>	50
A.3.3 <i>RLP de la commune de LATTES</i>	53
A.3.4 <i>RLP de la commune de MONTPELLIER</i>	56
A.3.5 <i>RLP de la commune de SAINT-JEAN-DE-VEDAS</i>	62
A.3.6 <i>Synthèse sur l'ensemble des RLP en vigueur</i>	66
A.4 ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES	67
A.4.1 <i>Etat des lieux général</i>	67
A.4.2 <i>Conformité des dispositifs avec la réglementation nationale</i>	78
A.4.3 <i>Publicités et préenseignes : diagnostic par type de secteur</i>	90
A.4.4 <i>Enseignes : diagnostic par type de secteurs</i>	107
A.4.5 <i>Synthèse du diagnostic et des enjeux</i>	142
PARTIE B ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	144
PARTIE C JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS AU REGARD DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	148
C.1 JUSTIFICATION DE LA DELIMITATION DES ZONES DU RLPi	149
C.1.1 <i>La zone de publicité n°1</i>	149
C.1.2 <i>La zone de publicité n°2</i>	152
C.1.3 <i>La zone de publicité n°3</i>	155
C.1.4 <i>La zone de publicité n°4</i>	157
C.2 JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES RELATIFS AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNES	159
<i>Principe général de conception du règlement</i>	159
C.2.1 <i>Prescriptions communes à l'ensemble des zones</i>	160
C.2.2 <i>Dispositions concernant la publicité apposée sur un mur, la publicité au sol et la publicité sur mobilier urbain</i>	163
C.3 JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES RELATIFS AUX ENSEIGNES	184
<i>Principe général de conception du règlement</i>	184
C.3.1 <i>Prescriptions communes à l'ensemble des zones</i>	184
C.3.2 <i>Dispositions applicables aux enseignes sur toiture</i>	185
C.3.3 <i>Dispositions applicables aux enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur</i>	186
C.3.4 <i>Dispositions applicables aux enseignes apposées perpendiculairement à un mur</i>	187
C.3.5 <i>Dispositions applicables aux enseignes scellées au sol ou installée directement sur le sol</i>	188
C.3.6 <i>Dispositions applicables aux enseignes apposées sur un store ou un parasol</i>	189
C.3.7 <i>Dispositions applicables aux enseignes lumineuses</i>	189
C.3.8 <i>Dispositions applicables aux enseignes numériques</i>	190

ANNEXES	194
<i>PERIMETRES REGLEMENTAIRES : ZOOM CARTOGRAPHIQUE PAR COMMUNE</i>	<i>194</i>
<i>ETAT DES LIEUX : ZOOM CARTOGRAPHIQUE PAR COMMUNE</i>	<i>227</i>

Préambule

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet **l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales**.

Cette loi a été codifiée par l'ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « *Protection du cadre de vie* » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette partie du code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) **le 30 janvier 2012**, et entrée en vigueur le 1^{er} juillet de la même année. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de supports publicitaires nouveaux (numériques, ...). Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit, depuis la réforme de 2012, de manière **plus restrictive** que la règle nationale (*sauf exceptions à l'article L151-8 du CE*), la publicité, les enseignes et les préenseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

La compétence Planification Urbaine ayant été transféré à la Métropole Montpellier Méditerranée, les 31 communes du territoire ont lancé l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité à l'échelle intercommunale.

Partie A | Diagnostic

A.1 | Contexte intercommunal

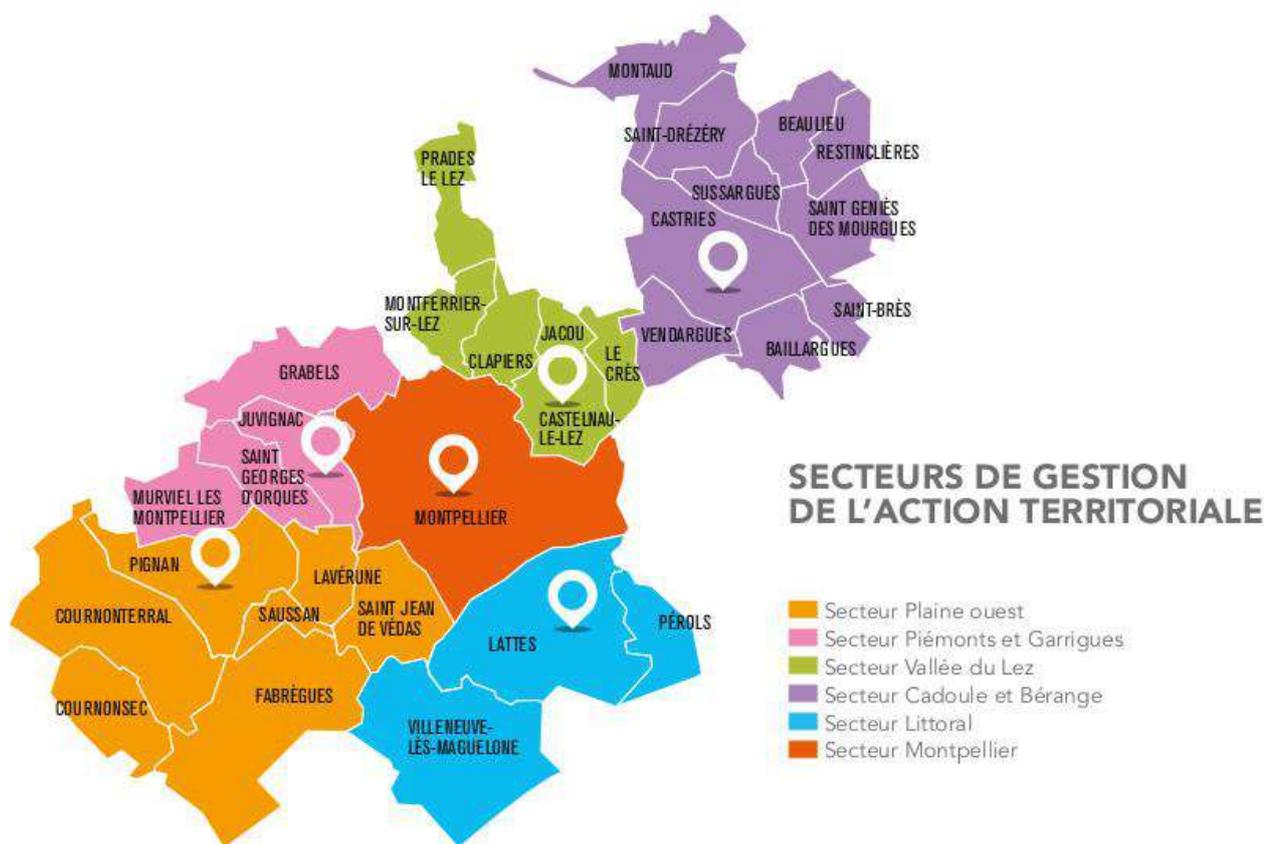
A.1.1 | Communes concernées par le RLPi – Contexte démographique

S'étendant sur 45 000 hectares, la métropole de Montpellier Méditerranée (MMM) est située dans la plaine du Bas Languedoc, entre la plaine du Littoral et les contreforts des Cévennes.

Elle regroupe 31 communes, dont la plus importante est celle de Montpellier.

La métropole fait partie des agglomérations françaises les plus dynamiques, l'aire urbaine de Montpellier se situe au premier rang des aires urbaines métropolitaines françaises pour la croissance démographique (1,5% de croissance par an entre 2008 et 2013).

Les communes sont regroupées sur 6 secteurs de gestion territoriale :



Communes de la métropole, avec les limites des secteurs de gestion territoriale

Le territoire compte **465 031 habitants au recensement INSEE de 2016** (dont un poids prépondérant de Montpellier, la ville-centre).

COMMUNE	POPULATION MUNICIPALE LEGALE TOTALE INSEE 2016 (chiffres diffusés le 01/01/2019)
Baillargues	7421
Beaulieu	1835
Castelnau-le-Lez	19257
Castries	6105
Clapiers	5473

Cournonsec	3315
Cournonterral	5950
Fabrègues	6914
Grabels	8281
Jacou	6785
Juvignac	10864
Lattes	16687
Lavérune	3191
Le Crès	9220
Montaud	987
Montferrier-sur-Lez	3598
Montpellier	281 613
Murviel-lès-Montpellier	1891
Pérois	9061
Pignan	6844
Prades-le-Lez	5451
Restinclières	1777
Saint-Brès	2945
Saint-Drézéry	2451
Saint-Geniès-des-Mourgues	1865
Saint-Georges-d'Orques	5426
Saint-Jean-de-Védas	9539
Saussan	1538
Sussargues	2725
Vendargues	6176
Villeneuve-lès-Maguelone	9846

La métropole compte uniquement 3 agglomérations de plus de 10 000 habitants : l'agglomération de Montpellier, l'agglomération principale de Castelnau-le-Lez et l'agglomération Lattes Centre.

A.1.2 | Contexte géographique et paysager

Source : diagnostic SCOT, 2017

Au sein du grand amphithéâtre régional tourné vers la Méditerranée, constitué par les massifs montagneux et marqué par les garrigues qui dominent à mi- hauteur la grande plaine littorale, le territoire montpelliérain offre un paysage diversifié, au relief faible mais complexe, innervé par un réseau hydrographique très ramifié, et riche d'un système lagunaire remarquable qui contribue au patrimoine de biodiversité exceptionnel de l'arc méditerranéen.

L'atlas régional des paysages situe ce territoire sous pression d'artificialisation, dans un resserrement du couloir languedocien entre mer et montagne, contrarié par la géomorphologie particulière des plissements du Jurassique.

Le territoire de la métropole de Montpellier Méditerranée se compose de 3 grands ensembles paysagers :

- Le littoral et ses étangs
- La plaine et le couloir languedocien
- Les garrigues et coteaux

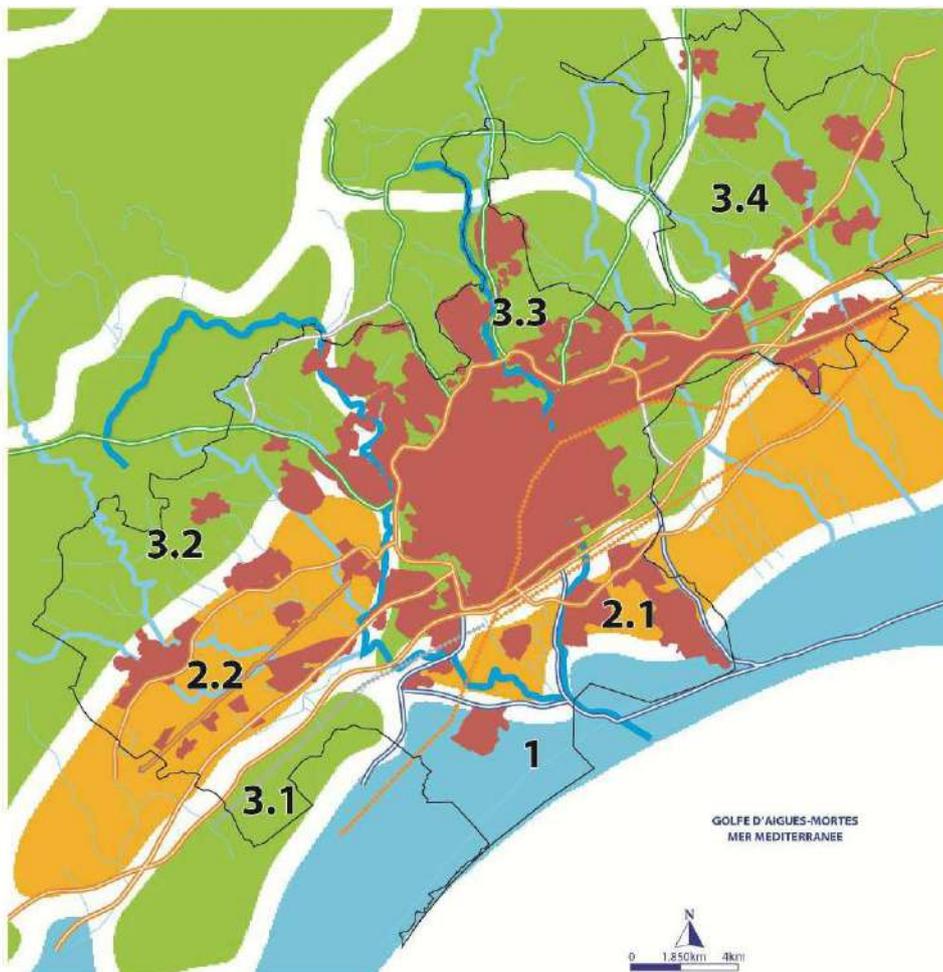
ORGANISATION DU PAYSAGE

LES GRANDS ENSEMBLES DU PAYSAGE

- Le littoral et les étangs
- La plaine et le couloir languedocien
- Les garrigues et coteaux

LES UNITES DE PAYSAGE

- 1 Le littoral et les étangs du Grau-du-Roi à Frontignan
- 2.1 La plaine de Lunel-Mauguio
- 2.2 La plaine de Fabrègues
- 3.1 Le massif de la Gardiole
- 3.2 Les garrigues d'Aumelas et la montagne de la Moure
- 3.3 Les collines du montpelliérais
- 3.4 Les garrigues à l'Est de la Cadouille



Les ensembles paysagers du territoire de Montpellier Méditerranée Métropole, source : Etat initial de l'environnement du SCoT, 2017

Le littoral et les étangs (Villeneuve-lès-Maguelone, Lattes, Pérols)

En contraste avec l'ensemble formé par les grande et petite Camargue, de type delta marécageux, le littoral métropolitain présente une configuration très particulière, avec un vaste complexe lagunaire, associé à un réseau hydrographique du grand bassin de la Mosson et du Lez convergeant en un même point et figurant une sorte de delta inversé.

Au sein du paysage littoral du Grau-du-Roi à Frontignan, la séquence de Villeneuve-lès-Maguelone a une place très particulière. Dans l'Atlas Régional des Paysages elle est décrite comme emblématique du littoral languedocien, concentrant sur une bande étroite de quelques kilomètres seulement, les composantes majeures du paysage : montagne/plaine/marais/étang/mer.

Ce littoral est un ensemble particulièrement vulnérable, soumis à de fortes pressions, naturelles et humaines.

- Le lido

Cette bande de terre, qui sépare les étangs de la mer, est une côte d'accumulation plate et sablonneuse.

Le lido de Villeneuve-lès-Maguelone constitue un espace naturel majeur de près de 9 km. Il s'agit d'un des sites les plus sauvegardés et sauvages du littoral méditerranéen. Dans ce cadre, la cathédrale de Maguelone, ensemble fortifié juché sur un îlot basaltique et entouré d'un écrin boisé et de vignes, est un élément exceptionnel de ce littoral. Elle forme un repère dans le paysage et un pôle d'attractivité touristique.

- Les étangs

Les complexes lagunaires sont l'une des originalités de la côte languedocienne. Parmi eux, l'ensemble des étangs palavasiens regroupe un chapelet de grandes lagunes communiquant entre elles.

L'essentiel de l'urbanisation présente sur les rives des étangs est associé aux voies d'accès à la façade maritime. Seule l'agglomération de Pérols, qui s'est développée sur la route de la mer jusqu'au point de passage entre les étangs, est en contact direct avec les rives. Quelques mas sont également présents, ainsi que les campings et activités de loisirs (centre équestres, aéromodélisme...).

Ligne d'eau filant au milieu des étangs, le canal du Rhône à Sète constitue une figure singulière, accompagné de ses haltes nautiques, cabanes de pêcheurs et installations plus ou moins pérennes.

- La bande littorale

Il s'agit d'une basse plaine alluviale sédimentaire, peu vallonnée, qui s'étend de Villeneuve-lès-Maguelone, partie la plus élevée, jusqu'à l'Est de Mauguio.

Ces terres fertiles sont propices à l'agriculture qui se mêle aux vastes prairies humides et marécages jusqu'à la limite de salinité. Les secteurs les plus bas sont en partie occupés par du maraîchage, les plus hauts par la vigne, et des zones de garrigue apparaissent ponctuellement sur les émergences du relief les plus escarpées.

Les anciens salins (Villeneuve-lès-Maguelone et Pérols) font aujourd'hui partie des zones humides gérées au titre du patrimoine de biodiversité, à l'instar de la réserve de l'Estagnol, des berges de l'étang de l'Arnel, des prairies humides de Gramenet ou du site naturel du Méjean.

D'un point de vue urbain, les 3 agglomérations de la Métropole faisant partie de la bande littorale ont vu leur cœur villageois historique s'étendre sous forme de tissus pavillonnaires homogènes. Récemment, des opérations résidentielles plus denses ont été réalisées.



Le littoral –Lattes

La plaine centrale et le couloir languedocien

La plaine centrale constitue une vaste étendue plane jouant un rôle d'interface entre le littoral et les reliefs des causses. Les entités qui la composent présentent la particularité d'être encadrées par des reliefs boisés qui définissent ses lignes d'horizon, notamment à l'ouest, par le massif de la Gardiole et par le piémont du causse d'Aumelas. La plaine se caractérise également par la présence ponctuelle, en son sein, de petits reliefs collinaires de type « puechs » qui cadrent les vues et limitent, bien souvent, les perceptions d'ensemble.

Du point de vue de l'occupation humaine, la plaine présente la caractéristique d'être à la fois cultivée, habitée et traversée. D'une part, elle accueille la majeure partie des terres agricoles de la Métropole. La plaine centrale joue, d'autre part, un rôle prépondérant en matière de développement urbain. Historiquement, elle est traversée d'est en ouest par le fuseau des grandes infrastructures du couloir de transport languedocien. Ce fuseau est à la fois une

vitrine ouverte sur le territoire et une coupure physique majeure, nécessitant un travail de qualification et de valorisation.

La plaine a également été, et demeure, le principal support du développement urbain, de par son contexte favorable. Dans ce grand paysage, s'impose la silhouette majeure de la ville-centre. De cette silhouette se détachent le cœur historique et son patrimoine bâti, en position dominante sur un relief collinaire, les masses boisées qui jalonnent toute la partie nord, ou encore le Lez et la Mosson, principaux cours d'eau du territoire, constitutifs des franges est et ouest de la ville.

- La ville centre

La ville-centre a pris racine sur deux collines (Montpellier et MontPELLIÉRET) où s'est développé l'ECUSSON, cœur médiéval du centre-ville. Adossé à ce dernier, la réalisation de la Place Royale du Peyrou au 18ème siècle a durablement contingenté les hauteurs bâties, devenant un élément patrimonial fortement dominant, aux côtés de l'église Sainte-Anne dont la flèche constitue un repère majeur dans le grand paysage. Il faut réellement attendre les années 1960 et 70 pour voir perturber la silhouette générale de Montpellier avec certaines réalisations d'envergure comme la tour du Triangle à l'est de l'ECUSSON et le grand ensemble de la Paillade à l'extrémité ouest de la ville, le tout dans un contexte de forte expansion spatiale. Montpellier s'est également développée, à la même époque, sur une partie des reliefs boisés Nord, notamment dans le cadre de l'implantation des campus universitaires et des établissements hospitaliers. Cette urbanisation a essentiellement pris place dans les talwegs et sur les pentes des reliefs, maintenant sur les hauteurs un patrimoine boisé conséquent. De sorte que le paysage Nord de Montpellier donne à voir l'esquisse d'une véritable canopée, qui nécessite d'être préservée et renforcée.

De nos jours, la ville connaît une importante dynamique de réinvestissement urbain, permettant de structurer les compositions urbaines et d'ordonner les hauteurs bâties, dessinant progressivement un nouveau profil, à la fois plus sage et plus ambitieux, notamment côté est, avec les développements de Port Marianne.

- Le couloir de transport languedocien

Le couloir languedocien, grande voie de communication historique de l'arc méditerranéen que rappelle le tracé encore présent de la voie Domitienne, est aujourd'hui un vaste fuseau d'infrastructures de transport qui traverse le territoire d'Est en Ouest, par le sud de Montpellier. Situé en plaine, ce couloir est l'axe stratégique du développement de tous les réseaux de communication. Il s'est naturellement implanté à mi-chemin entre les collines et les étangs, contournant le massif de la Gardiole. Il s'est progressivement épaissi vers le sud, partant de la Via Domitia, avec l'axe N113/D613 et la première voie de chemin de fer aujourd'hui désaffectée.

- La plaine de Lunel-Mauguio (Lattes, Pérols, Baillargues, Saint-Brès)

Cette plaine est une vaste étendue essentiellement agricole, mêlant vignes, arboriculture, maraîchage et céréaliculture. Elle est alimentée par un réseau assez régulier de cours d'eau et irriguée par le canal du Bas-Rhône Languedoc.

Dans ce secteur, la commune de Lattes présente la particularité d'être constituée de 3 entités urbaines, distantes les unes des autres de plus d'un kilomètre : Lattes-centre, Lattes-Maurin, et Boirargues. Ces deux dernières entités apparaissent en arrière-plan de la bande littorale et se confondent dans les vues éloignées avec l'urbanisation du cœur de métropole, depuis le littoral en particulier. Ce sont des implantations récentes, sans noyau historique, hors quelques éléments patrimoniaux ponctuels.

Le secteur de la route de la mer (avenue Raimond Dugrand sur Montpellier et avenue Georges Frêche sur Lattes et Pérols) est, pour sa part, dominé par le réseau intense des infrastructures, qui dessert notamment l'aéroport et la nouvelle gare TGV, ainsi que les grands équipements métropolitains (parc des expositions et salle de spectacles Sud

de France Aréna). L'urbanisation est ici caractérisée par un tissu continu entre Lattes et Pérols, faisant la part belle aux zones d'activités économiques, majoritairement commerciales.

Depuis les années 2000, cet axe majeur fait l'objet d'un vaste projet de réinvestissement urbain, notamment appuyé sur le déploiement du réseau de tramway. Ce projet, dénommé « Ode à la Mer », s'inscrit dans le cadre de la démarche nationale EcoCité dite « de Montpellier à la Mer » et concerne les communes de Montpellier, Castelnau-le-Lez, Lattes et Pérols.

Situées à l'extrémité Est de la Métropole, les communes de Baillargues et Saint-Brès se rattachent, de leur côté, au territoire de la « petite Camargue ». Elles se situent à l'interface entre le paysage des garrigues du secteur de la vallée du Bérange au Nord et la plaine littorale au Sud.

Les deux communes sont également fortement impactées par les grandes infrastructures : A9 et son péage Est ; bretelles de l'A709 ; voie ferrée classique ; CNM. Historiquement, leur tissu urbain a pris appui sur l'axe de la RN113, dont elles subissent actuellement les flux incessants, dans l'attente d'un projet de déviation de cette route nationale. Les villages originels se sont développés sous forme de bourgs compacts et ont connu, à partir des années 1980, un fort accroissement de leur tâche urbaine sous forme d'extensions pavillonnaires.

- La plaine de Fabrègues (Cournonsec, Cournonterral, Pignan, Fabrègues, Lavérune)

Cette plaine s'étend entre les reliefs du plateau d'Aumelas et du « pli » de Montpellier, au Nord, et le massif de la Gardiole au Sud. Elle est bordée à l'Est par la ripisylve de la Mosson, limite naturelle avec Montpellier, très lisible et élément de repère paysager majeur. Elle se prolonge vers l'Ouest jusqu'à l'étang de Thau, bien au-delà des limites administratives de la Métropole.

C'est une plaine historiquement vouée à la viticulture, aujourd'hui en évolution, avec l'introduction de cultures céréalières. Elle est vaste et limitée par des horizons boisés, avec des ondulations perceptibles qui créent des sous-secteurs aux orientations et ambiances différenciées.

Dans ce contexte, les villages se sont principalement développés de part et d'autre de la plaine, au niveau des piémonts des reliefs. Situé en son cœur, le village de Saussan fait un peu figure d'exception. Installé sur un promontoire, il joue un véritable rôle de « gardien ». La préservation de cette situation apparaît cruciale au regard du risque avéré de conurbation avec Pignan et Fabrègues, qui aurait pour conséquence de scinder la plaine en deux et remettrait en cause son intégrité.

Certains centres villageois présentent des caractéristiques patrimoniales fortes, notamment Pignan avec son château et sa tour carrée, Cournonterral avec sa tour sarrasine et ses remparts, Fabrègues avec sa circulade ou encore Lavérune avec son château. Comme partout ailleurs dans la Métropole, les villages ont connu une importante croissance urbaine ces dernières décennies, sous la forme dominante de tissus pavillonnaires homogènes. Depuis une dizaine d'années, les communes ont toutefois orienté leur développement vers des projets d'aménagement d'ensemble qualitatifs, avec une plus grande diversité de formes urbaines, notamment des collectifs et des maisons de ville, un espace public qualifié et des armatures paysagères renforcées. Elles ont également engagé des processus de réinvestissement urbain appelés à se poursuivre.



La plaine de Lunel Mauguio - Vendargues



La plaine de Fabrègues - Cournonterral

Les garrigues et coteaux

- Le massif de la Gardiole (Fabrègues, Villeneuve-lès-Maguelone)

C'est un massif calcaire émergeant au cœur de la plaine littorale. La Gardiole culmine à 234 m d'altitude, la grande majorité de son relief avoisine les 170 m. Elle s'étire sur 15 km entre la plaine de Gigean-Fabrègues et les étangs d'Ingril et de Vic.

C'est un milieu typiquement méditerranéen. La végétation du massif est hétérogène. La garrigue haute a été réduite par le développement de la viticulture fin XIXème, principalement dans le secteur Nord-Est. Depuis abandonnés, ces terrains laissent place aujourd'hui à des espaces de garrigue peu évoluée, avec des groupements végétaux secondaires, où demeure un vaste réseau de murets et de capitelles.

La Gardiole s'interpose entre la plaine de Fabrègues et la mer. C'est un massif fortement perçu depuis la mer et les étangs, qui forme une barrière visuelle au sein de la plaine viticole. La montagne de la Gardiole constitue la partie la plus méridionale des vastes garrigues du Bas Languedoc. Les panoramas offerts sont remarquables, c'est un véritable belvédère sur l'agglomération et sur le littoral.

- Les garrigues de la montagne de la Moure et du Causse d'Aumelas (Cournonsec, Cournonterral, Murviel-les-Montpellier, Saint-Georges d'Orques)

Le paysage est marqué par la profonde vallée creusée par le Coulazou, très difficilement accessible en amont de Cournonterral.

Dans les causses, les ruines de capitelles, de bergeries et d'enclos habitent le paysage. Ces vestiges d'une agriculture de terrasse ancestrale, où étaient cultivés la vigne et l'olivier, témoignent de l'ancienne activité agro-pastorale. Ces éléments constituent des étapes de promenade pour initiés.

Sur le territoire de la Métropole, le causse d'Aumelas correspond aux hauts de Cournonsec, Cournonterral et Pignan dont les agglomérations se situent en pied de coteau.

La viticulture est principalement présente sur le versant Est, avec le vignoble AOP de Saint-Georges d'Orques. Ce secteur présente un environnement naturel riche où s'imbriquent cultures et boisements sur les coteaux.

Au niveau des morphologies urbaines, le village de Murviel-lès-Montpellier a vu se développer des zones pavillonnaires de faible densité autour du cœur historique dense, tout en conservant des espaces de respiration et en composant avec le relief. Cela se traduit par une morphologie spécifique, assez irrégulière et ouverte, aux franges découpées.

Le tissu urbain de Saint Georges d'Orques présente une plus grande homogénéité, à l'image des villages de la plaine. Au Nord, la zone d'activités du Mijoulan, en discontinuité du village, apparaît comme un isolat. Située au bord de l'autoroute A750, elle pose une importante problématique de requalification au niveau d'une entrée métropolitaine majeure.

- Les collines du montpelliérais

- *Le bassin haut de la Mosson et du Lez (Juvignac, Grabels, Montpellier, Montferrier-sur-Lez, Prades-le-Lez)*

Dans ce secteur, le bassin haut du Lez et de la Mosson offre des paysages d'une très grande variété et d'une grande richesse, constituant l'un des grands attraits paysagers du territoire. Les collines boisées et la forêt dense s'enfoncent jusqu'aux galeries de feuillus qui accompagnent les rivières. D'une manière générale, les cours d'eau du Lez et de la Mosson sont accompagnés de belles ripisylves, conférant une grande qualité paysagère aux plaines agricoles qu'elles traversent et aux franges urbaines qu'elles bordent.

Dans ces reliefs accidentés, les barrières visuelles sont nombreuses et les portées visuelles réduites. Le paysage se décompose en autant de petites unités qu'il y a de crêtes. Cependant, de larges panoramas, précieux de par leur rareté, s'offrent sur certaines hauteurs, notamment le long de la RD65 au Nord de Castelnaud (vues sur la couverture boisée) et sur les puechs au Nord de Montpellier (vues remarquables à la fois sur le Pic Saint-Loup et sur le centre-ville de Montpellier).

La couverture de boisements de pins d'Alep sur les hauteurs structure l'ensemble du paysage, rythmant et soulignant les horizons. Cette couverture forme ainsi une véritable canopée. Complémentairement, les talwegs sont généralement structurés par les cours d'eau et voiries et les versants par le cadre bâti.

Dans son ensemble, la frange nord de la ville de Montpellier est constituée de grands domaines d'activités tertiaires, universitaires et hospitaliers et de lotissements résidentiels.

S'agissant des villes et villages périphériques, ceux-ci présentent en général des centres-villes compacts et peu étendus du fait des contraintes imposées par le relief collinaire.

- *Les collines Est du Montpelliérais (Clapiers, Castelnaud-le-Lez, Jacou, Le Crès, Vendargues, Castries)*

L'urbanisation occupe aujourd'hui la majorité de la surface de ces communes. Au nord, les agglomérations de Clapiers et Jacou se sont développées sur les reliefs. Elles intègrent encore aujourd'hui de grandes pièces agricoles, permettant de conserver un contact avec la campagne. Cette frange urbaine contraste avec le tissu urbain continu que l'on trouve plus au Sud, le long de la route de Nîmes. Ici, les agglomérations de Castelnaud-le-Lez, Le Crès et Vendargues se sont rejointes. La voie ferrée historique y joue, aujourd'hui encore, un rôle de limite urbaine.

A l'Est, perché sur un promontoire, l'ancien village de Castries occupe une place singulière à l'interface de deux unités paysagères. Ancien poste de garde de la voie Domitienne et haut-lieu de l'histoire du Languedoc, c'est une porte historique de la plaine montpelliéraine. Son ensemble patrimonial classé (château, parc et aqueduc), constitue, par ailleurs, un verrou pour l'urbanisation vers l'Est le long de l'axe de la RD610. Au Nord de Vendargues, le Domaine des Templiers de Bannières et sa plaine cultivée et irriguée en forme de cirque, constitue également un patrimoine unique.

L'urbanisation de ces communes est relativement homogène, constituée en grande majorité par un tissu pavillonnaire assez dense et très étendu, partant des anciens cœurs de villages. Des zones d'activités, en particulier les grands parcs du Salaison et Via Domitia, se sont également développées le long de la route de Nîmes.

– La vallée du Bérange (Castries, Saint-Geniès-des-Mourgues, Sussargues, Restinclières, Beaulieu, Saint-Drézéry, Montaud)

De Castries à Montaud, cette entité présente globalement un paysage de collines calcaires avec un relief modulé et ample, traditionnellement occupé par les vignes, l'arboriculture et plus récemment par les cultures céréalières. La garrigue reste bien présente sur les hauteurs. A l'instar du Domaine de l'Engarran à l'Est de Montpellier, certains vignobles ont acquis ici une grande renommée.

Le territoire a une consonance rurale, avec une grande mosaïque de cultures et un réseau de villages proches et à la structure similaire. Certaines communes possèdent un patrimoine remarquable. Hormis Castries, c'est le cas de Montaud avec le paysage marquant des ruines du château de Montlaur installées sur un promontoire escarpé, ou encore de Beaulieu avec son château intégré au village.

Les villages, qui ont autrefois fondé leur principale activité sur la viticulture, se sont largement étendus ces 30 dernières années, avec un tissu pavillonnaire souvent peu dense. Hormis Sussargues, dont le développement urbain à partir du centre est assez homogène, on retrouve dans les autres villages des configurations proches de celles de Murviel-lès-Montpellier, avec des tissus plutôt irréguliers et très ouverts sur le paysage.



Les collines du Montpelliérains - Grabels et Juvignac



Les collines du Montpelliérains – Murviel-les-Montpellier

A.1.3 | Contexte urbain

Source : diagnostic SCoT

A.1.3.1 | Une double polarisation

L'organisation générale de l'espace du territoire métropolitain se caractérise par l'existence d'une double polarisation : celle du pôle urbain de Montpellier dans son aire urbaine d'influence ; celle de Montpellier et des communes contigües dans le territoire du schéma.

On est en présence de deux morphologies urbaines bien différenciées :

> le « **Cœur d'Agglomération** », également dénommé cœur de Métropole et 1ère couronne, regroupant Montpellier et 8 autres communes (Grabels, Montferrier-sur-Lez, Clapiers, Castelnau-le-Lez, Lattes, Saint-Jean de Védas, Juvignac, Baillargues) représentent moins du tiers de la superficie totale de la Métropole, mais concentrant 75% de la population et 86% des emplois.

Ces communes présentent la particularité d'assurer une interface entre la ville-centre et la périphérie métropolitaine impliquant la prise en compte d'enjeux urbains croisés et complémentaires.

La présence d'une armature de réseaux de déplacements mais également d'une armature économique, universitaire, hospitalière, culturelle et commerciale, constitue les principaux leviers du développement urbain actuel et futur.

Ce cœur d'agglomération est densément irrigué par un puissant réseau de transports collectifs de très haut niveau de service et sera potentiellement desservi à terme en rocade par un réseau routier qui constituera le contournement attendu depuis longtemps de l'agglomération, lieu privilégié de développement, d'aménagement et d'échanges entre les modes de transport. Ainsi desservi, le Cœur de Métropole est le lieu de concentration des équipements et implantations contribuant au rayonnement métropolitain. De ce point de vue il ne se réduit pas à la ville de Montpellier et aux communes contigües qui se situent dans la proximité. Il s'étire le long des axes de communication languedocien.

> **les Villes et Villages métropolitains** tous dotés d'un appareillage d'équipements plutôt satisfaisant pour répondre aux besoins de la proximité et, par ailleurs, vigilants quant à la pérennité de leurs identités. Le rapport entre espaces urbanisés et espaces naturels et agricoles, le maintien des commerces et de la vie associative, distinguent la plupart d'entre eux des villages dits « dortoirs ». En outre, s'agissant de ceux de l'Est du territoire, des liens fonctionnels les connectent avec le pôle secondaire de Lunel. Le SCoT les regroupe en cinq secteurs géographiques dont les densités résidentielles vont de 3,0 à 10,1 hab./ha, tandis que les densités d'emploi sont de six à dix fois inférieures à celles du Cœur de Métropole.

A.1.3.2 | Le patrimoine bâti

Le territoire métropolitain révèle une richesse patrimoniale importante, que ce soit au titre des sites naturels et paysagers, des sites urbains ou des monuments. Terre de soleil et de mer, sa cartographie historique est marquée par le développement agricole de la plaine, les grands axes de communication du couloir languedocien, et de façon plus locale par les nombreuses voies reliant les basses plaines aux hauts cantons.

Il a pour particularité, comme l'ensemble de la bande littorale du département, de s'être structuré en archipel, avec un chapelet de villes et villages répartis de façon équilibrée sur l'ensemble du territoire. C'est un paysage de campagne qui domine, entre garrigues et littoral. Au-delà des sites naturels majeurs que sont les étangs et le massif de la Gardiole, ou les berges du Lez, classés pour leur valeur pittoresque, sont également classés de nombreux parcs et châteaux, domaines et mas, qui jalonnent et maillent le paysage.

On retrouve des implantations qui s'appuient sur les variations du relief, formant des sites d'intérêt. Les spécificités de la géographie et du climat cévenols n'y sont pas étrangères, les secteurs inondables en plaine occupant une large place. Ainsi, le motif des puechs bâtis, auxquels sont associées assez fréquemment les formes urbaines particulières que sont les circulades, est un élément marquant du paysage, que l'inventaire patrimonial vient soutenir.

Au titre des monuments historiques, on retrouve plus classiquement, et pour l'essentiel au cœur de l'urbanisation, les nombreux édifices religieux et publics majeurs, hôtels et immeubles particuliers, ainsi que les vestiges et sites archéologiques, qui témoignent de l'art local au fil des époques. De ce point de vue, la ville-centre présente un ensemble patrimonial exceptionnel au niveau de l'Ecusson, où a notamment été préservé un bâti reflétant les différentes époques de constitution de la ville, entre autres : la place du Peyrou, l'aqueduc Saint-Clément et l'arc de triomphe ; la cathédrale Saint-Pierre ; l'église Sainte-Anne ; la faculté de médecine ; le mikhvé médiéval ; le couvent des Ursulines ; le jardin des plantes ; l'Opéra-Comédie ; le musée Fabre ; etc. Le territoire compte également deux sites archéologiques majeurs : le site de Lattara à Lattes, adossé au musée Henri Prades, et l'oppidum d'Altimurium à Murviel-lès-Montpellier.

Les très nombreux sites et monuments recensés sur le territoire révèlent ainsi une richesse patrimoniale importante, que ce soit au titre des sites naturels et paysagers, des sites urbains ou des monuments. Leur prise en compte constitue un enjeu important dans le cadre du SCoT. Ils sont régis par des protections spécifiques (loi du 31 décembre 1913 sur les monuments, loi du 2 mai 1930 sur les sites, loi du 7 janvier 1983 instituant les APPAUP, loi ENE du 12 juillet 2010 et son article 28 faisant évoluer les ZPPAUP en AVAP).

Plus de 120 monuments ou parties d'édifices sont protégés au titre des monuments historiques. Ils concernent aussi bien des églises, des châteaux, des hôtels, des aqueducs, ...

Le territoire est également concerné par 17 sites classés sur les communes de Castelnaud-le-Lez, Castries, Clapiers, Fabrègues, Juvignac, Pérols, Villeneuve-lès-Maguelone et Montpellier. 30 sites inscrits sont également recensés sur les communes de Castelnaud-le-Lez, Castries, Clapiers, Laverune, Montferrier-sur-Lez, Murviel-lès-Montpellier, Pignan et Montpellier.

La ville de Montpellier compte 4 Zones de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP), qui ont évolué en Aires de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) : Sud Gares Méditerranée, Gambetta – Clémenceau – Figuerolles, Avenue de Lodève – Château de la Piscine, Boutonnet – Beaux-Arts. Des projets de ZPPAUP sont également en cours sur les communes de Laverune, Cournonsec, Cournonterral, Murviel-lès-Montpellier, Saint-Georges-d'Orques, Pignan, Villeneuve-lès-Maguelone, ainsi que sur Vène et Mosson.

A.1.4 | Contexte viaire

A.1.4.1 | Le réseau structurant de la métropole

La métropole de Montpellier est traversée par un réseau routier structurant majeur :

- **L'autoroute A9** (« La Languedocienne ») qui permet de faire la liaison entre le Sud-Ouest de la France (Toulouse, Narbonne, Perpignan) et la vallée du Rhône (Nîmes, Avignon).
- **L'autoroute A75** qui relie la métropole à Clermont-Ferrand, via Lodève et Millau (début de tronçon à Juvignac).

Le maillage routier secondaire est composé majoritairement de routes départementales et nationales.

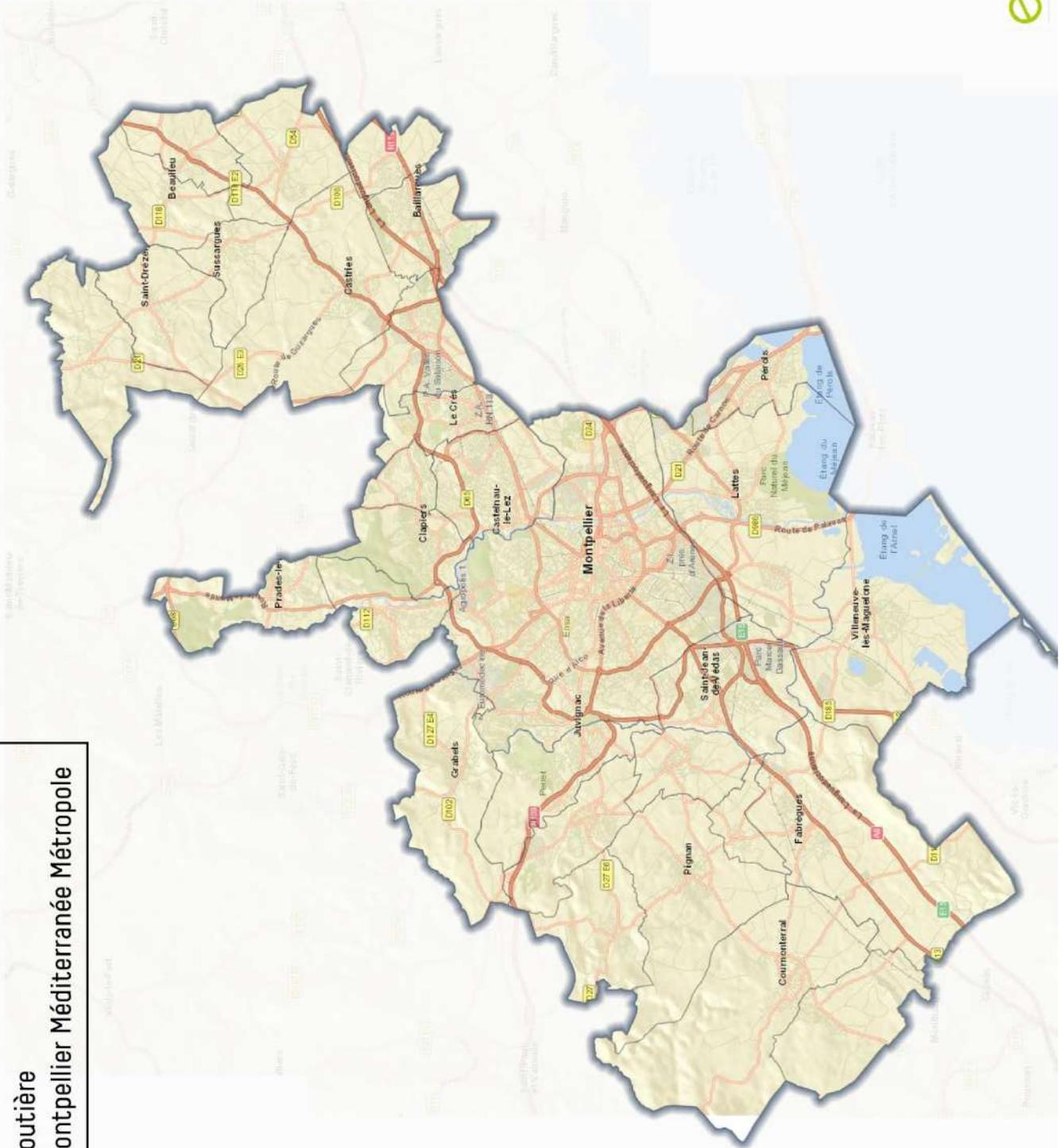
- L'A9 et l'A75 sont reliées entre elles par la **N109 et la D132 ou avenue de la Recambale** (accès Montpellier Ouest).
- **La D65 (« Contournement Nord »)** fait également le lien sortie « Baillargues » à l'Est du territoire et l'A75. Cet axe dessert les communes de Vendragues, Le Crès, Castelnau-le-Lez, Clapiers, Juvignac et le secteur nord de Montpellier.
Il est doublé au nord par une **autre (demi)boucle de contournement de la métropole, la Liaison Intercommunale d'Évitement Nord, le LIEN**, elle-même reliée à l'A750 et à l'A709 et donc au contournement ouest et sud de Montpellier.

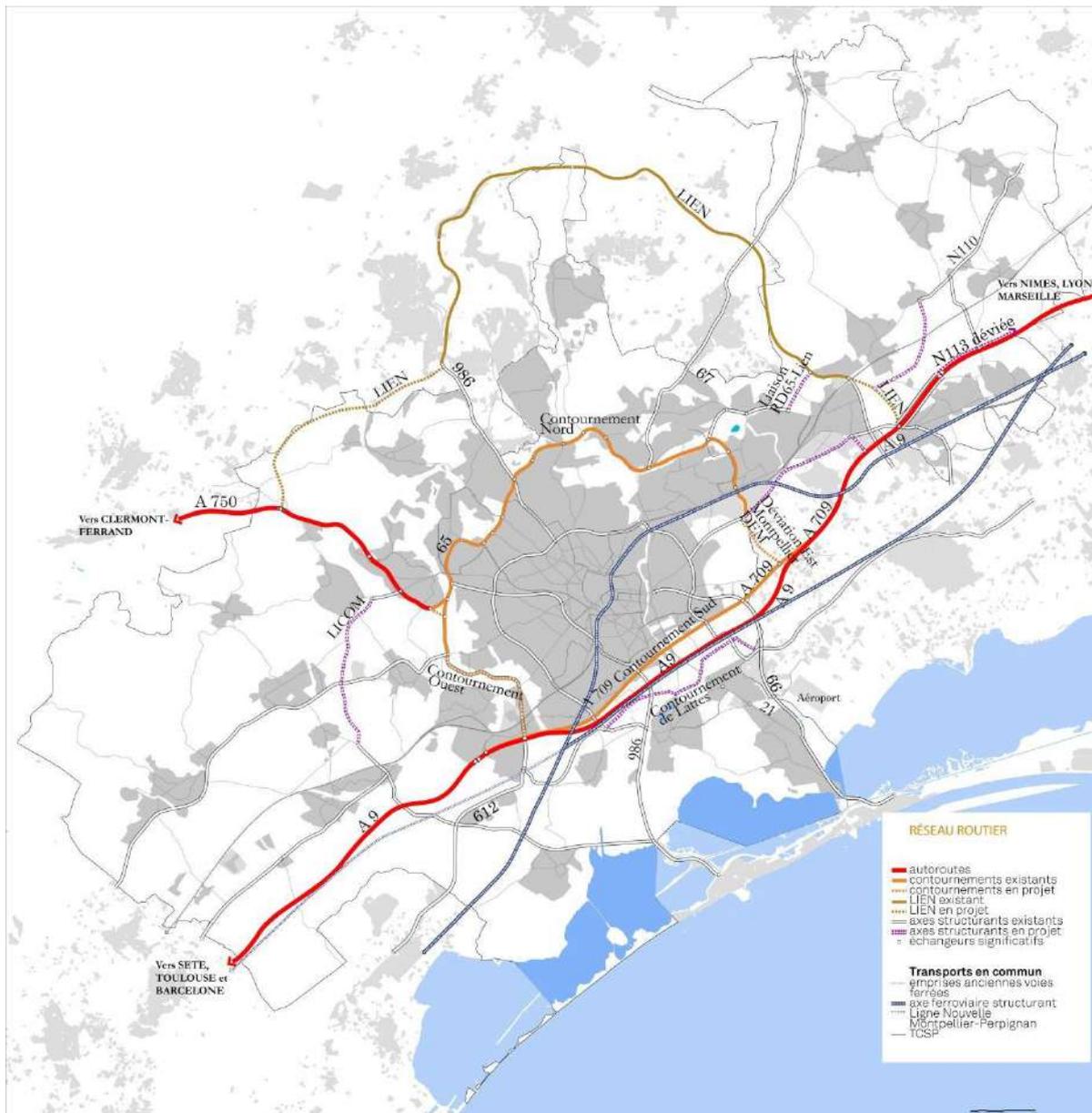
Les autres voies secondaires les plus structurantes sont :

- la D613 Est puis N113, qui rejoint Montpellier à Saint-Brès, en passant par Castelnau-le-Lez, Le Crès, Vendragues et Baillargues ;
- la D613 Ouest, qui rejoint Montpellier à Fabrègues, en passant par Saint-Jean-de-Védas ;
- la D986, qui rejoint Montpellier à Palavas-les-Flots, en contournant Lattes ;
- la D612, qui rejoint Montpellier à Sète ;
- la D21 (avenue Raymond Dugrand et avenue Georges Frèche), qui rejoint Montpellier à Pérols puis Carnon ;
- les D610 et D118, qui rejoignent Montpellier à Alès, via Castries, Saint-Geniès-des-Mourgues et Restinclières ;
- la D17, qui rejoint Montpellier à Prades-le-Lez.

Au regard de l'importance de la voiture dans les modes de déplacement, la perception du paysage et de l'affichage publicitaire depuis les axes routiers structurants constitue l'un des enjeux majeurs du RLPi.

**Structuration routière
à l'échelle de Montpellier Méditerranée Métropole**





La

Structuration actuelle du réseau routier de Montpellier Méditerranée Métropole
 Source : Montpellier Méditerranée Métropole – DUH – 2017

A.1.4.2 | Voies ferrées, gares et tramway

Le réseau ferré converge vers la gare de Montpellier Saint-Roch, véritable centre névralgique de la desserte ferroviaire du territoire, localisé en plein centre-ville de Montpellier. Les liaisons régulières de la SNCF desservant cette gare sont les suivantes :

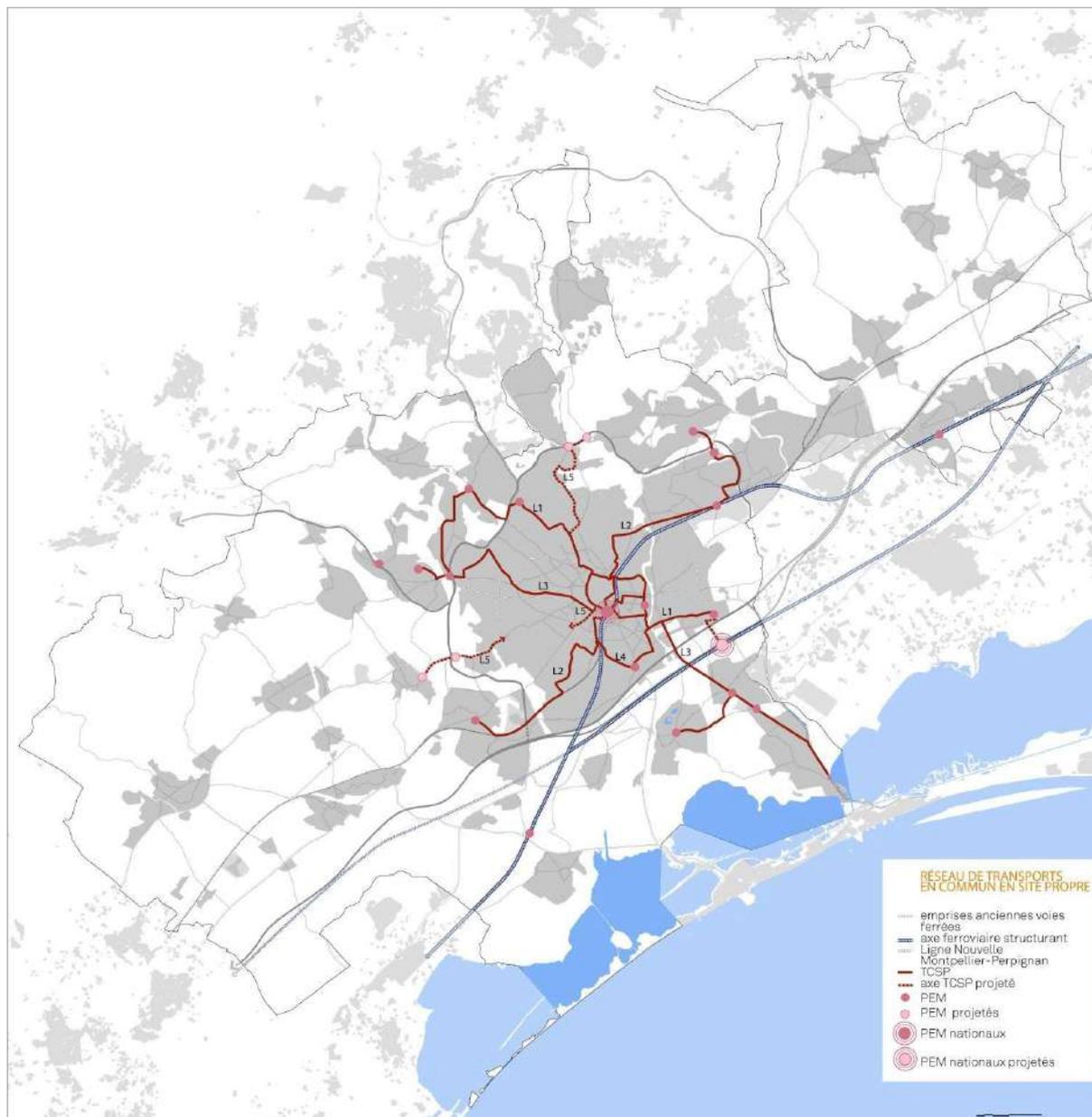
- liaisons TGV vers Barcelone ou Madrid (réseau Renfe SNCF), Paris, Luxembourg, Bruxelles via l'aéroport Roissy-Charles-de-Gaulle, et les grandes villes de France (dont le réseau Ouigo) ;
- liaisons nationales — trains Intercités — vers Bordeaux ou Toulouse et Marseille (plusieurs trajets quotidiens) ;
- liaisons de Transport express régional (TER) vers les principales villes de la région (Nîmes, Narbonne, etc.) et les régions voisines, ainsi que l'Espagne (Portbou).

Une nouvelle gare ouvre ses portes en juillet 2018 : la gare de Montpellier TGV.

Le territoire compte 2 autres gares d'envergure plus locale : Baillargues et Villeneuve-lès-Maguelone.

D'autre part, 4 lignes de tramway et 36 lignes de bus sillonnent quotidiennement les communes de la Métropole.

La perception du paysage depuis ces nœuds de fréquentation constitue un des enjeux du RLPi.



L'armature actuelle du transport collectif de Montpellier Méditerranée Métropole

Source : Montpellier Méditerranée Métropole – DUH – 2017

A.1.5 | Contexte économique

Source : diagnostic SCoT

A.1.5.1 | Les zones commerciales

Le tissu commercial de la métropole montpelliéraine accueille environ 7 000 établissements commerciaux et génère 3 milliards d'euros de CA ; il se positionne comme 2ème pôle commercial de la région Occitanie. A cet égard comme à d'autres, par exemple celui relatif à l'enseignement supérieur et aux activités de recherche-développement, la métropole montpelliéraine rayonne loin et fort.

Les deux cartes montrent que l'aire d'influence commerciale de Montpellier dépasse non seulement le périmètre institutionnel du SCoT mais aussi l'aire urbaine montpelliéraine (570 000 habitants) qui recouvre l'ensemble des bassins de vie de Lunel et Sète et qui s'étend loin au nord-ouest au-delà de la Vallée de l'Hérault. L'influence des grands pôles montpelliérains s'étend jusqu'aux franges des bassins de consommation nîmois et biterrois.

L'analyse des densités des commerces de plus de 300 m² de surface de vente met en évidence un niveau d'équipement légèrement supérieur aux moyennes nationales, de l'ordre de 5% pour les grandes surfaces alimentaires, et de 10 à 15% pour les activités non alimentaires. Ce niveau de densité est proche d'une métropole comme Rennes, et en deçà de Bordeaux (qui accueille 20% de surfaces par habitant en plus que la moyenne française). Ce niveau d'équipement est logique au regard de la concentration des très grandes surfaces dans les métropoles, de l'attractivité étendue de celle de Montpellier au-delà de son aire urbaine, et surtout d'un apport touristique estimé à 7% en moyenne sur l'année.

Il est d'ailleurs important de noter que ce très bon niveau d'équipement n'est pas l'apanage des moyennes et grandes surfaces, mais s'observe aussi pour le petit commerce et le secteur de la restauration. Le dernier recensement des commerces par l'INSEE met en évidence une surdensité de petit commerce (+18%), à toute échelle (commune de Montpellier, agglomération, zone d'attractivité large). Le tissu de proximité, ou celui du Grand Cœur de Montpellier a en grande partie résisté, car il accueille quelque 1 500 locaux commerciaux, avec pour l'essentiel de petites surfaces, avec des taux de vacance qui demeurent maîtrisés, de l'ordre de 6%, tant au centre de Montpellier, que dans les principaux pôles commerciaux.

La métropole montpelliéraine, à l'instar de tout grand territoire, dispose d'une **armature commerciale** positionnée pour répondre à plusieurs types de besoins de consommation.

Cette armature peut se décliner en 3 niveaux :

- Le « Cœur métropolitain », qui accueille toutes les formes commerciales, parmi les plus rayonnantes et attractives, dans une étroite intégration au tissu urbain. Il recouvre en premier lieu le périmètre du Grand Cœur de Montpellier qui correspond à l'Écusson, ses faubourgs, et au centre commercial du Polygone. Ce pôle majeur, et leader par sa dimension (chiffre d'affaires global de l'ordre de 600 M€, pour 1 500 locaux commerciaux), joue un rôle essentiel dans l'identité et le rayonnement de la métropole. Un plus grand « noyau urbain métropolitain » vient en appui du Grand Cœur de Montpellier pour conforter son rayonnement et étendre son échelle est ses fonctions métropolitaines. Etroitement connecté au Grand Cœur par le réseau de transport (notamment tramway), dont il prolonge l'offre, il joue un rôle essentiel dans l'attractivité urbaine et commerciale du territoire. Orienté vers les grands axes de communication et vers le littoral, il comprend l'ensemble formé par Odysseum et le secteur de développement urbain autour de la nouvelle gare Montpellier-Sud-de-France, ainsi que l'axe de la Route de la Mer. Les différents secteurs commerciaux au sein de ce noyau urbain métropolitain concentrent un grand nombre de fonctions commerciales (au moins 50 000 m² de vente), qui jouent un rôle moteur dans l'extension et la reconquête urbaine de la métropole et répondent à une forte demande touristique saisonnière.
- Les zones commerciales accueillent les formats hérités de l'essor du commerce moderne des années 70 et 80, qui peuvent difficilement s'insérer dans le tissu urbain dense. Ces zones concentrent a minima 15 000 à 20 000 m² de surface de vente, répondent encore aujourd'hui à un large éventail de besoins d'achats, alliant les besoins quotidiens (hypermarché) aux besoins occasionnels non alimentaires (grandes surfaces spécialisées). Dans le périmètre du SCoT, trois secteurs commerciaux s'inscrivent dans cette catégorie : pôles Carrefour-Saint-Jean de Védas, Géant-Près d'Arènes, Carrefour-Le Crès. Deux autres pôles commerciaux aux franges du SCoT complètent ce niveau de maillage : Carrefour Saint-Clément-de-Rivière (Trifontaine), Leclerc Saint-Aunès (Ecoparc).

- Les polarités de proximité répondent aux besoins de consommation courants de la population, et constituent le maillon de base de l'armature commerciale.

Trois types de pôles peuvent être distingués :

- Les centralités urbaines : intégrées dans le tissu urbain, elles permettent de limiter les déplacements automobiles et d'animer les quartiers et centres-villes ou de villages, et jouent un rôle de lien social important. On recense 12 de ces pôles à Montpellier et 25 dans les autres communes.
- Les polarités structurantes de proximité : principalement constituées autour d'une grande surface alimentaire de type supermarché avec quelques commerces et services de proximité complémentaires ; elles sont localisées dans le tissu urbain, diffus, ou à ses franges ; les communes hors Montpellier en accueillent 8.
- Les pôles intermédiaires, à plus large niveau de rayonnement (intercommunal), dotés d'un petit hypermarché de 2 500 à 5 000 m² de surface de vente éventuellement complétés par des moyennes surfaces : Portes du Soleil à Juvignac, Géant à Celleneuve, Intermarché à Jacou, Carrefour Market au Crès, Super U à Castelnau-le-Lez.

Le territoire compte une quinzaine de zones commerciales, dont les plus importantes en surface : Odysseum (Montpellier) et Mas d'Istres (Saint Jean-de-Védas). Cf. Cartes pages suivantes.

Ces espaces regroupent des enjeux relatifs à l'affiche publicitaire et aux enseignes.

A.1.5.2 | Les zones d'activités économiques

Le territoire de la Métropole comptabilise près de 90 parcs d'activités d'une superficie minimale de 1 hectare et regroupant à minima deux entreprises. Ils regroupent principalement des activités de type tertiaire, commerce, artisanat, industrie ou logistique. On retrouve une mixité fonctionnelle dans certains parcs avec la présence d'équipements publics et de logements.

Ces espaces regroupent des enjeux essentiellement relatifs aux enseignes.

Localisation : cf. carte état des lieux enseignes + cartes communales en annexes

A.1.5.3 | Centres-villes et pôles de proximité

Les centres-villes et autres polarités locales constituent des pôles commerciaux à part entière où sont regroupés de nombreux commerces. Les besoins **en matière d'enseignes** se cumulent avec des enjeux de préservation du patrimoine dans certains centres historiques.

Localisation : cf. carte état des lieux enseignes + cartes communales en annexes

A.1.5.4 | Tourisme

Plusieurs actions ont été réalisées dans le but de développer le tourisme à l'échelle du département et de la métropole. On peut noter le Plan marketing, Hérault Tourisme et ses partenaires 2017 qui définit le positionnement de la destination autour de quatre grandes thématiques reflétant le dynamisme de certaines filières touristiques sur le territoire : Œnotourisme ; Loisir nature (dont nautisme) ; Grands Sites ; Culture. De plus, Montpellier Méditerranée Métropole a inscrit le développement économique touristique et industriel comme un pilier de son projet territorial. Le territoire de la métropole se distingue en effet par un gisement touristique très dense.

Un patrimoine, des animations et des équipements culturels attractifs

Montpellier Méditerranée Métropole accueille chaque année plusieurs festivals dont certains sont de renommée internationale comme les Estivales, le Festival Radio France Montpellier Languedoc- Roussillon, les Internationales de la Guitare ou Montpellier Danse qui ont chacun enregistré entre 50 000 et 120 000 entrées en 2015. D'autres événements de moindre envergure mais tout aussi prestigieux animent la métropole toute l'année : les Nuits d'O, le Cinemed, le Festival des Architectures Vives, Arabesques, les Hivernales...

La ville de Montpellier est également riche d'un patrimoine millénaire : depuis le Moyen Age jusqu'au XIXe siècle, et encore de nos jours, l'histoire de la ville est inscrite dans les murs et reste lisible sur les bâtiments qui la forment. Parmi les 10 sites culturels et de loisirs majeurs de l'Hérault les plus visités en 2015, on compte ainsi 3 sites métropolitains : le Musée Fabre (5e, 184 252 entrées), la Cathédrale de Villeneuve les Maguelone (6e, 174 905 visites) et la Cathédrale Saint Pierre à Montpellier (10e, 110 000 entrées). Des espaces d'art vivant comme les quais du Verdanson, la Cité Internationale de la Danse, le campus Triolet, le musée Fabre ou le carré Saint Anne qui mettent l'art contemporain à l'honneur et complètent l'offre culturelle sur le territoire.

Montpellier est aussi une capitale sportive comme en témoigne la présence de la majorité de ses équipes dans les plus hautes divisions. Le Festikite accueille chaque année de plus en plus d'entrées et a comptabilisé 40 000 entrées en 2015. Le Festival International des Sports Extrêmes (FISE) de Montpellier est quant à lui la plus grande compétition de sports extrêmes d'Europe.

L'office de tourisme propose également un panel très vaste d'activités sportives en lien avec les sites naturels voisins sur le territoire : parcours à vélo sur le site naturel du Méjean, balades, randonnées, trek du Pic Saint Loup au Cirque de Navacelles, escalades, canyoning et canoë kayak dans les Cévennes, etc. Cette offre en sport de nature est présente sur le territoire de la métropole mais s'étend bien au-delà de ses frontières. Les activités nautiques occupent d'ailleurs une place privilégiée dans ce paysage, notamment sur les places préservées de Villeneuve les Maguelone qui accueillent des sportifs en tout genre : surf, plongée, voile, cerf volants, balades, ...

Un tourisme d'affaire assurant le rayonnement international de la Métropole

Les secteurs de la santé, du numérique et du développement durable sont particulièrement porteurs au sein de la métropole : ainsi les écosystèmes Montpellier Capitale Santé et Montpellier French Tech participent au rayonnement et à l'attractivité touristique de la ville. L'émergence d'un pôle d'affaire directement accessible depuis l'aéroport et l'autoroute A9 vient s'ajouter aux grands équipements d'affaires présents sur le territoire. Le Corum-Palais des Congrès-Opéra Berlioz, l'Aréna, le Parc des Expositions, le Zénith Sud sont autant de structures capables d'accueillir des congrès de grande ampleur. C'est en s'appuyant sur ces structures que Montpellier Méditerranée Métropole s'est classé à la sixième place nationale pour l'organisation de congrès.

En 2015, Montpellier Events a signé un bilan très positif : 462 sessions d'événement ont été enregistrées avec plus de 1,2 millions de personnes accueillies et des retombées économiques évaluées à plus de 175 M €. Plus spécifiquement, 222 congrès, salons et événements d'entreprises ont été organisés, dont certains d'envergure internationale. Par ailleurs en 2017, Montpellier est classé au 3e rang national derrière Paris et Lyon et gagne ainsi 4 places par rapport à 2016 (7e rang national). De la même manière, Montpellier gagne 18 places au niveau du classement international en se classant au 88e rang mondial des villes pour l'accueil de congrès internationaux : Montpellier se trouve ainsi à égalité avec Miami en Floride, Saint Pétersbourg en Russie et Vilnius en Lituanie.

Toutefois, aujourd'hui ces structures commencent à être vieillissantes. Le Corum, du fait de sa double programmation culturelle (Opéra Berlioz) et d'affaire (Palais des Congrès) ne suffit plus à répondre aux besoins liés à ce secteur et il est également soumis à l'épreuve de la concurrence accrue dans le domaine (grand projet de Palais des Congrès-Foire Expo à Toulouse notamment).

La clientèle touristique

Au total, on compte plus de 1,5 millions de nuitées consommées sur le territoire de la métropole, avec une population touristique à 80 % française et à 20% étrangère. La part des populations étrangères a augmenté de 4 points ces 4 dernières années. A l'échelle du département, on compte 11 600 résidences secondaires appartenant à des touristes étrangers.

A.2 | Contexte réglementaire

A.2.1 | Dispositifs publicitaires concernés par le RLPi

A.2.1.1 | Trois dispositifs concernés :

L'enseigne (article L581-3 du CE) = toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce

- Dispositif installé sur la façade commerciale ou l'unité foncière du lieu d'activité concerné par l'inscription, forme ou image
- Elle concerne les chevalets au sol lorsque ceux-ci sont placés sur l'emprise d'un espace faisant l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public (terrasse de restaurant, ...)

Exemples :



La publicité ou préenseigne : panneau publicitaire installé à distance du lieu de l'activité ou de l'évènement. Il indique la proximité de celle-ci ou fait la promotion d'un produit en lien avec l'activité, ou de l'évènement.

La publicité (article L581-3 du CE) = Toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Exemples :



La préenseigne (article L581-3 du CE) : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Exemples :



Les dispositifs concernés sont ceux **visibles des voies ouvertes à la circulation publique** > voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Art. L581-2 et R581-1 CE

Ces dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

A.2.1.2 | Supports spécifiques

Le mobilier urbain

Art. R581-42 à 47 CE

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité.

Mobilier urbain pouvant supporter de la publicité : les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édités sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Art. R581-45 CE

Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46)

Art. R581-46 CE



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

Les bâches

Les bâches comprennent :

Art. R581-53 CE

- Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

A.2.2 | Les périmètres règlementaires spécifiques

A.2.2.1 | Les périmètres d'interdiction stricte de publicité

Les périmètres d'agglomérations (L581-7 du CE)

La notion d'agglomération, au sens du code de la Route (*R110-2 CR*), constitue « l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ». Dans le RLP, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle (localisation des panneaux d'entrée de ville). Elle peut correspondre aux espaces bâtis, caractérisés par (doctrine administrative) :

En dehors des lieux qualifiés d'« agglomérations », toute publicité et préenseignes autres que dérogatoires¹ est interdite.

> Chaque commune du Territoire Montpellier Méditerranée Métropole compte au moins une agglomération

Hors agglomération, elle est toutefois autorisée « à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. »

> Territoire Montpellier Méditerranée Métropole non concerné (aéroport situé sur la commune de Mauguio et stade de la Mosson situé en agglomération)

¹ Sont concernées les préenseignes signalant (R581-19 CE) :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles qui ont pour objet les immeubles dans lesquels elles ont lieu ou les activités qui s'y exercent et les manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique qui ont lieu ou y auront lieu.

Les autres périmètres urbains et environnementaux

Toute publicité est interdite en agglomération :

Art. L581-4 CE

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

Périmètres concernés sur Montpellier Métropole :

Monuments historiques	158 monuments historiques
Sites classés	12 sites classés sur le Territoire - Juvignac : Vieux Pont sur la Mosson - Montpellier : Domaine de la Piscine, Site de Montmaur, Domaine du Grand Puit, Château de la Mogère et son parc, Mas d'Estorg et son Parc, Domaine de la Feuillade, Château de Bellevue et ses abords, Jardin des plantes - Castries : Château de Castries et son Parc - Castelnau le Lez : Site des berges du Lez, paysages de Frédéric Bazille - Pérols : Etang de Mauguio
Réserves naturelles	- Villeneuve les Maguelone : L'Estagnol

Toute publicité est interdite en agglomération :

- Au sol, dans les espaces boisés classés (EBC du PLUi) identifiés en agglomération Art. R581-30 CE
- Au sol, dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au PLUi Art. R581-30 CE
- Au sol, dans les zones où les affiches sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute, ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération Art. R581-31 CE
- La publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de **40 mètres** mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Art. R418-6 code de la Route

A.2.2.2 | Les périmètres d'interdiction « relative » de publicité

>> Dérogation possible à l'interdiction dans le cadre du RLPi, en agglomération

Art. L581-8 CE

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS) ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000)

Périmètres concernés sur Montpellier Métropole, uniquement si ceux-ci intersectent un périmètre d'agglomération :

Monuments historiques	<p><i>Périmètre d'abords des 158 monuments historiques + éventuels périmètres de monuments historiques situés sur les communes limitrophes au territoire</i></p> <p><i>La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative dans les conditions fixées à l'article L. 621-31. En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci.</i></p>
Sites patrimoniaux remarquables	<p><i>Centre historique de Montpellier</i></p>
Sites inscrits	<p><i>12 sites inscrits sur le Territoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Castelnau-le-Lez : Allée de cyprès, le bois des tombes et les terrains environnants</i> - <i>Montpellier : Domaine du grand puit et ses abords, Parvis de la Cathédrale Saint Pierre, Place Aristide Briand, Place de la Canourgues, rues de l'Hôtel de Ville, du Palais et de Sainte-Croix, Place et rue Saint-Ravy, Place Pétraque et rue Embouque d'Or, Place Saint-Come et rue En Rouan, Rue Fabre et les immeubles, Rue Jacques cœur et les immeubles, Rue Saint-Pierre, Rue Salle l'Evêque, rue des Ecoles Centrales et descente en Barrat, Rues de l'Argenterie, de la Vieille et les immeubles, Aqueduc Saint-Clément et ses abords, Place Jean Jaurès et rue Collot, Parc Mion, Domaine de la Guirlande, Bois de la Valette (zoo de Lunaret)</i> - <i>Castries : Aqueduc et calvaire, Allée de cyprès du Cadenet, Domaine de Fontmagne, Ensemble des anciennes carrières</i> - <i>Saint-Jean-de-Védas : Restes du château de la Lauze</i> - <i>Laverune : Château et son parc</i> - <i>Murviel-les-Montpellier : Oppidum</i> - <i>Villeneuve-lès-Maguelone : Abords de la cathédrale</i>
Sites Natura 2000	<p><i>9 sites Natura 2000 sur le Territoire</i></p>

Art. L581-7 CE

La publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux² exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

> *Territoire de Montpellier Méditerranée Métropole non concerné*

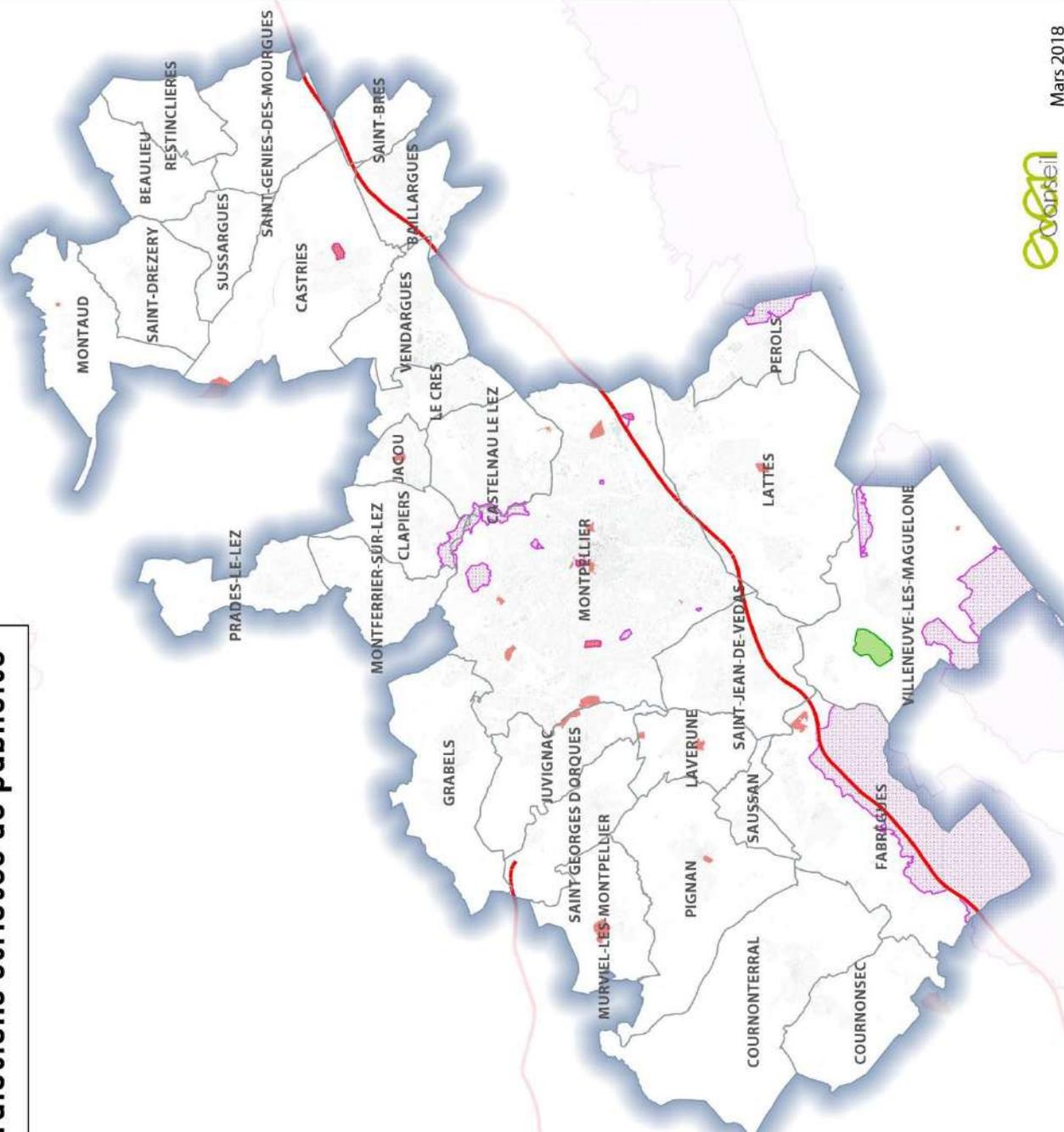
Synthèse des périmètres règlementaires : cf. cartes pages suivantes + zoom par commune en annexe du document

² Ensemble commercial (code du commerce) = ensemble d'au moins 20 magasins réunis sur un même site, soit conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, soit bénéficiant d'un aménagement permettant à une même clientèle l'accès à divers établissements, soit font l'objet d'une gestion commune de certains éléments d'exploitation, soit sont réunis par une structure juridique commune.

Les périmètres d'interdictions strictes de publicité

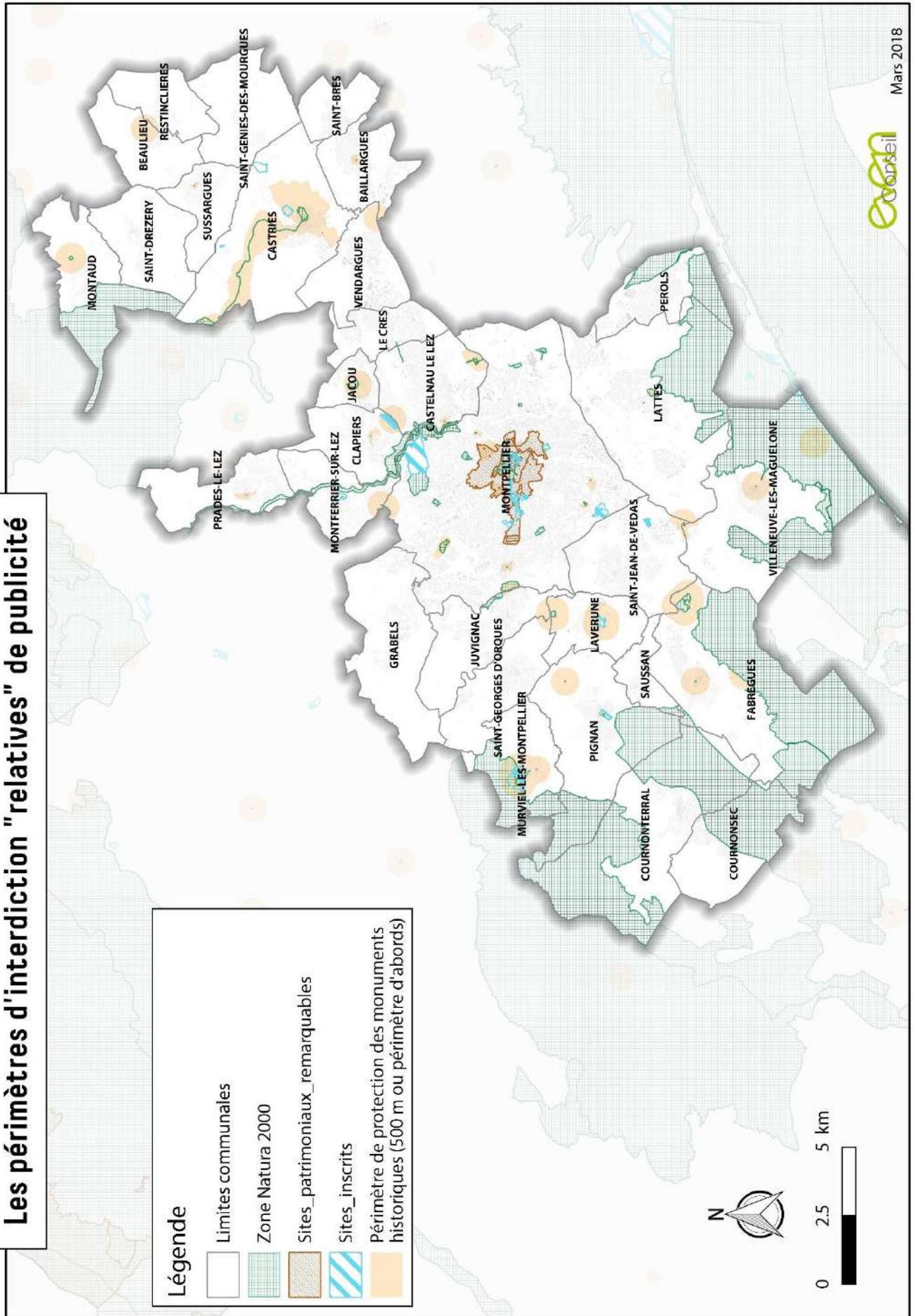
Légende

-  Limites communales
-  Sites classés
-  Réserves naturelles régionales
-  Immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques
-  Autoroute



Mars 2018

Les périmètres d'interdiction "relatives" de publicité



A.2.3 | Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes

A.2.3.1 | Dispositions applicables à l'ensemble des agglomérations de Montpellier Méditerranée Métropole (dans le respect des conditions définies à l'article L581-4 du CE)

Dispositifs spécifiques interdits

La publicité ne peut être apposée :

- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) *Art. R581-27 CE*
- sur les arbres *Art. L581-4 CE*
- sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne *Art. R581-22 CE*
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré *Art. R581-22 CE*
- Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; *Art. R581-22 CE*
- Sur les murs de cimetière et de jardin public. *Art. R581-22 CE*

A titre informatif, il est rappelé que le code de la Route interdit la publicité sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière. *Art. R418-3 CR*

Implantation sur la parcelle ou le bâtiment

La publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni dépasser les limites de l'égout du toit.

Art. R581-27 CE



La publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du sol

Art. R581-27 CE

Saillie sur façade des enseignes installées parallèlement à celle-ci : 0,25m

Art. R581-28 CE

Un dispositif publicitaire scellé ou installé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Art. R581-33 CE

Densité

Sur le domaine privé :

Art. R581-25 CE

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

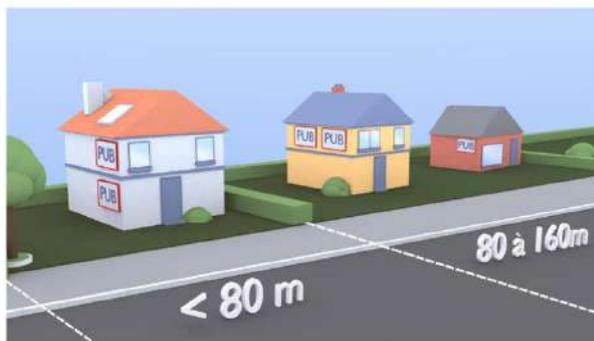
Par exception, il peut être installé :

- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Aucune règle d'inter-distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires, dont l'inter-distance est de 100 mètres.

Art. R581-55 CE



Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.



Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Sur le domaine public :

Art. R581-25 CE

Maximum 1 dispositif au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

+ 1 dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres supplémentaires d'unité foncière.

Aucune règle d'inter-distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires qui est au minimum de 100 mètres.

Art. R581-55 CE

Graphisme

Sur toiture, la publicité lumineuse ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base.

Art. R581-39 CE

La surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² + 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Communes de Montpellier Métropole	Surface minimale à réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux associations <u>sur chaque commune</u>
Montaud, Saussan, Beaulieu, Restinclières, Saint-Geniès-des-Mourgues, Murviel-lès-Montpellier <i>Communes de moins de 2 000 habitants</i>	4 m ²
Saint-Drézéry, Sussargues, Saint-Brès, Lavérune, Cournonsec, Montferrier-sur-Lez <i>Communes entre 2000 et 4000 habitants</i>	6 m ²
Prades-le-Lez, Saint-Georges-d'Orques, Clapiers, Cournonterral <i>Communes entre 4000 et 6000 habitants</i>	8 m ²
Castries, Vendargues, Pignan, Fabrègues, Jacou, Baillargues <i>Communes entre 6000 et 8000 habitants</i>	10 m ²
Grabels, Pérols, Saint-Jean-de-Védas, Le Crès, Villeneuve-lès-Maguelone <i>Communes entre 8000 et 10 000 habitants</i>	12 m ²
Juvignac, Lattes, Castelnau-le-Lez <i>Communes entre 10 000 et 20 000 habitants</i>	17 m ²
Montpellier <i>281 613 habitants</i>	152 m ²

A.2.3.2 | Dispositions spécifiques applicables dans les agglomérations de l'unité urbaine de Montpellier (UU de plus de 100 000 habitants et de moins de 800 000 habitants)

17 communes de la métropole concernées (INSEE)³ : Montpellier, Castelnau-le-Lez, Le Crès, Vendargues, Jacou, Clapiers, Montferrier-sur-Lez, Prades-le-Lez, Grabels, Juvignac, Lavérune, Saint-Jean-de-Védas, Saussan, Fabrègues, Villeneuve-lès-Maguelone, Lattes, Pérols)

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	12 m ²	7,5 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	12 m ²	6m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 12 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Bâches <i>Art. R581-53 et 55 CE</i>	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception) Bâches interdites dans les agglomérations de - 10 000 habitants	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non réglementé Interdit dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	<u>En agglomération de - 10 000 habitants :</u> interdite <u>En agglomération de + 10 000 habitants :</u> 2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 8 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m ² Interdit dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non réglementé	Fonction de la hauteur de la façade

³ Sont intégrées dans cette liste les communes identifiées par l'INSEE comme faisant partie de l'unité urbaine de Montpellier. Une vigilance doit être prise toutefois sur certaines communes dont les agglomérations ne sont pas en continuité de l'enveloppe urbaine de Montpellier (cf. définition de « l'unité urbaine » par l'INSEE, potentiellement peu cohérente liste des communes).

> **Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h**, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes. *Art. R581-35 CE*

A.2.3.3 | Dispositions spécifiques applicables dans les agglomérations n'appartenant pas à l'unité urbaine de Montpellier (UU de moins de 100 000 habitants et communes hors unités urbaines)

14 communes de la métropole concernées (INSEE) :

Unité urbaine de Beaulieu, agglomérations de moins de 10 000 habitants : Beaulieu, Restinclières

Unité urbaine de Sussargues, agglomérations de moins de 10 000 habitants : Sussargues, Saint-Geniès-des-Mourgues

Unité urbaine de Baillargues, agglomérations de moins de 10 000 habitants : Baillargues, Saint-Brès

Unité urbaine de Cournonterral, agglomérations de moins de 10 000 habitants : Cournonterral, Cournonsec

Agglomérations de moins de 10 000 habitants hors Unité urbaine : Montaud, Saint-Drézéry, Castries, Saint-Georges-d'Orques, Murviel-lès-Montpellier, Pignan)

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	4 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche	-
Bâches <i>Art. R581-53 et 55 CE</i>	Interdit	Interdit
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique

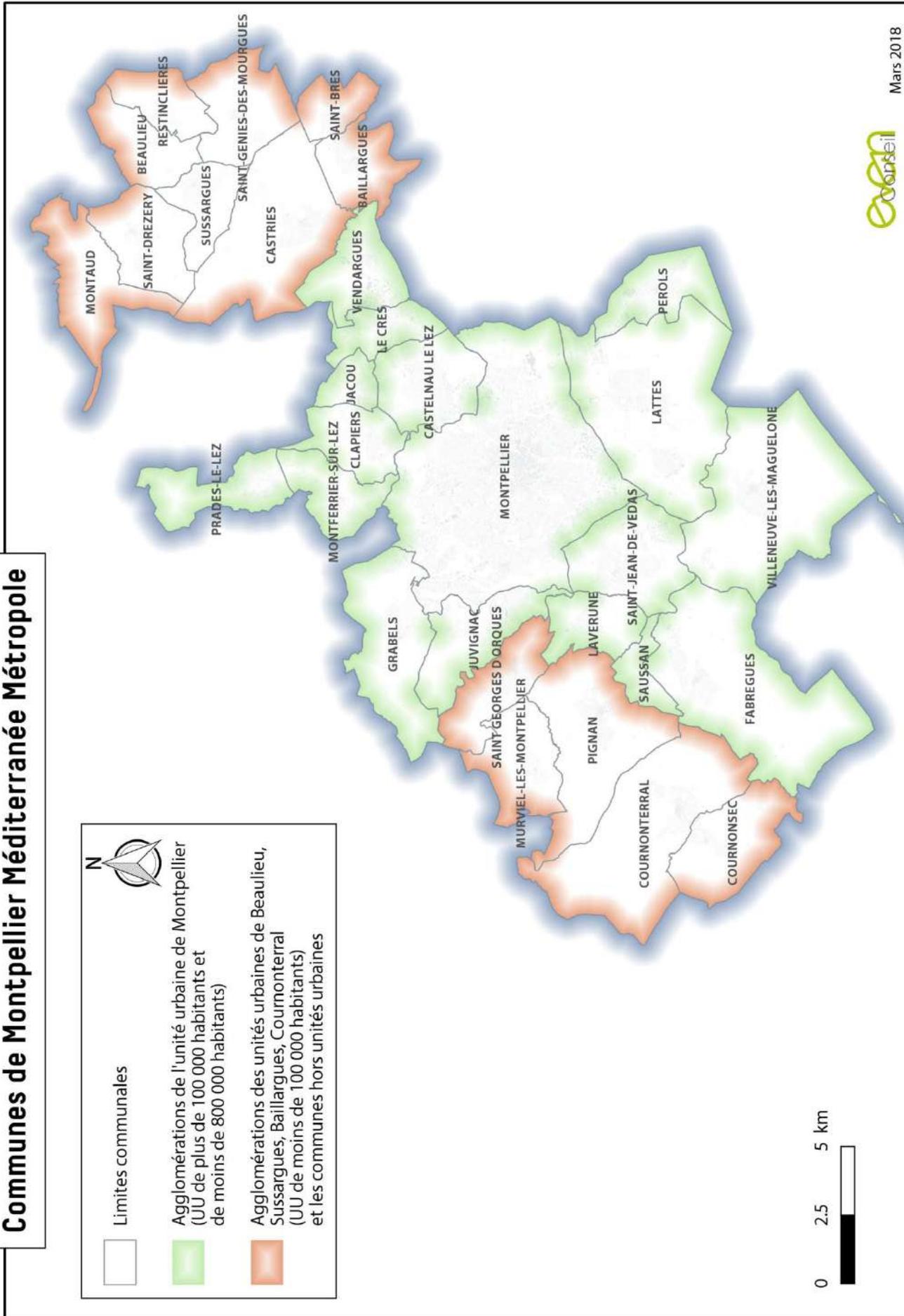
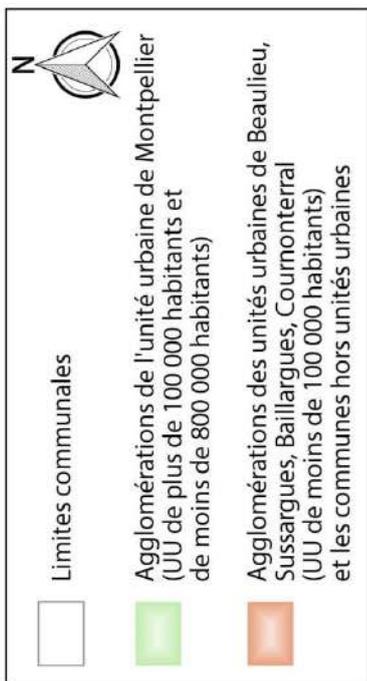
> *Interdite sur tout type de support*

Art. R581-34 CE

> *Interdite également sur mobilier urbain*

Art. R581-42 CE

Communes de Montpellier Méditerranée Métropole



A.2.4 | Les principales dispositions applicables aux enseignes

A.2.4.1 | Dispositions applicables à l'ensemble des agglomérations de Montpellier Métropole

Dispositifs spécifiques interdits

Les enseignes suivantes sont interdites :

- Enseignes apposées perpendiculairement à une fenêtre ou un balcon *Art. R581-61 CE*
- Enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence. *Art. R581-59 CE*

Implantation

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit. *Art. R581-60 CE*

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Art. R581-61 CE

Saillies :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres *Art. R581-60 CE*
- Enseigne sur balcon et balconnet : 0,25 mètres *Art. R581-60 CE*
- Enseigne perpendiculaire à une façade : $1/10^{\text{e}}$ de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres *Art. R581-61 CE*

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. *Art. R581-64 CE*

Graphisme

Enseignes installées sur toiture ou terrasse : lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. *Art. R581-62 CE*

Enseigne lumineuse

Art. R581-59 CE

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.

> Règle applicable sur l'ensemble de Montpellier Métropole (pas de distinction entre les unités urbaines contrairement à la publicité)

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne sur façade commerciale <i>Art. R581-63 CE</i>	Surface cumulée : 15% de la surface de la façade commerciale si façade ≥ 50m ² 25% de la surface de la façade commerciale si façade < 50m ² (sauf exceptions)	-	-
Enseigne sur toiture <i>Art. R581-62 CE</i>	60 m ² cumulés pour un même établissement (sauf exceptions)	3m lorsque hauteur façade ≤ 15m 1/5e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m, si hauteur façade > 15m	-
Enseigne sur auvent ou marquise <i>Art. R581-60 CE</i>	-	1 m	-
Enseigne sur balcon et balconnet <i>Art. R581-60 CE</i>	-	Hauteur du garde-corps ou de la barre d'appuis du balconnet ou de la baie	-

A.2.4.2 | Dispositions spécifiques aux agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomérations

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	6 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non réglementé

A.2.4.3 | Dispositions spécifiques aux agglomérations de plus de 10 000 habitants

La métropole compte uniquement 3 agglomérations de plus de 10 000 habitants : l'agglomération de Montpellier, l'agglomération principale de Castelnau-le-Lez et l'agglomération Lattes Centre.

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	12 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non réglementé

A.2.5 | Principales dispositions applicables aux dispositifs temporaires

Les enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Art. R581-69 CE

A.2.5.1 | Spécificité aux enseignes temporaires

Elles suivent les règles d'extinctions lumineuses des enseignes permanentes.

Art. R581-70 CE

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit.

Art. R581-70 et 60 CE

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Art. R581-70 et 61 CE

Saillies :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres *Art. R581-70 et 60 CE*
- Enseigne perpendiculaire à une façade : $1/10^e$ de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres *Art. R581-70 et 61 CE*

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.

Art. R581-64 CE

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes (soit 60 m²).

Art. R581-70 et 62 CE

La surface des enseignes installées pour plus de trois mois est limitée à 12 m² unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol.

Art. R581-70 CE

A.2.5.2 | Spécificité aux préenseignes temporaires

Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si :

Art. R581-71 CE

- Leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1,50 m en largeur
- Leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation

A.2.6 | Liste des agglomérations d'au moins 10 000 habitants

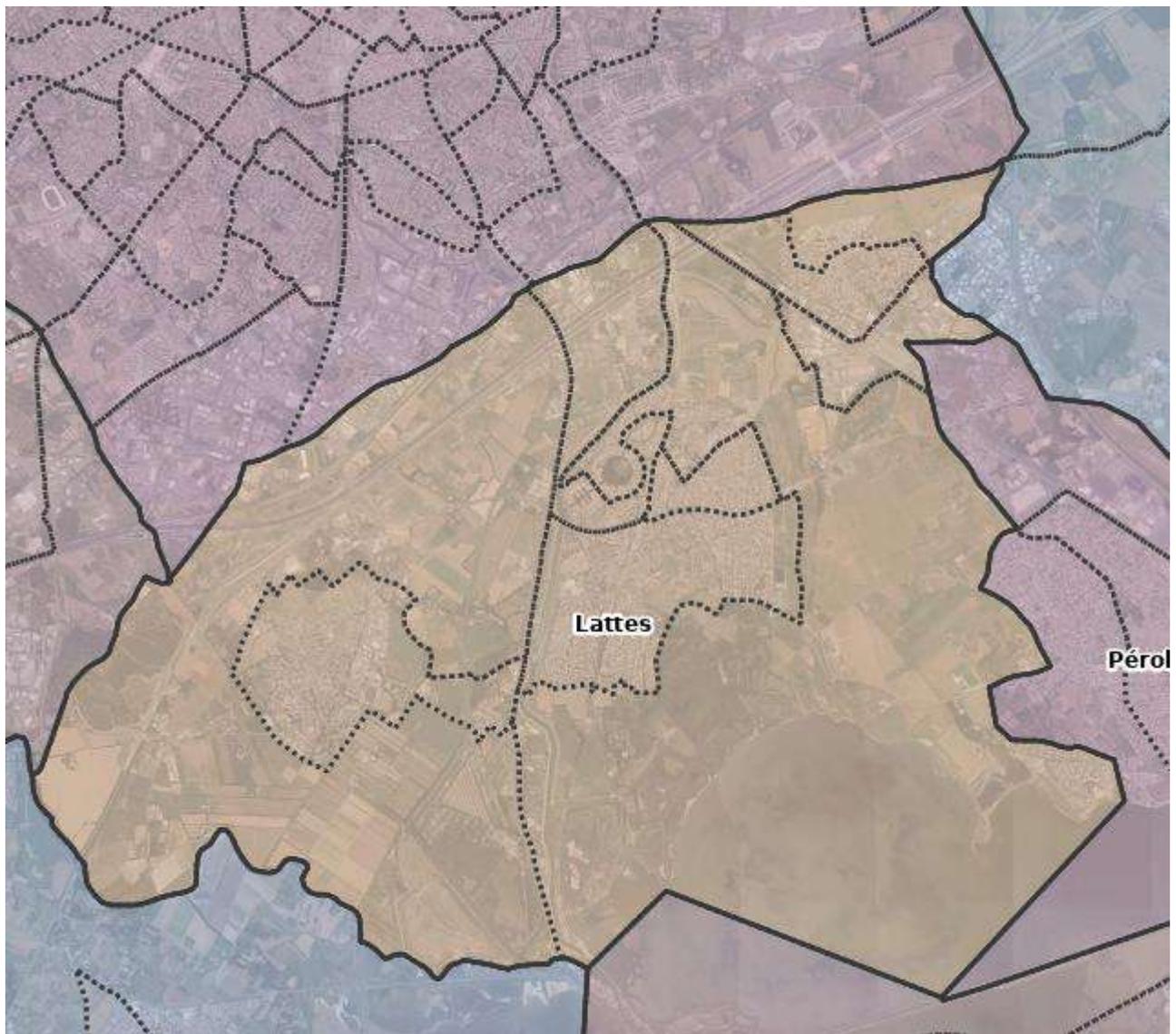
Listes des agglomérations d'au moins 10 000 habitants à la date d'approbation du RLPi :

- Agglomération principale de Montpellier
- Agglomération principale de Castelnau-le-Lez
- Agglomération de Lattes centre.

Pour cette dernière, détail de la justification demandée par les services de l'Etat entre l'arrêt et l'approbation du RLPi :

La commune de Lattes est scindée en plusieurs Iris, au sein de laquelle l'INSEE décompte annuellement la population :

*Source : <https://www.geoportail.gouv.fr/donnees/iris> (la limite des iris correspond aux pointillés noirs)
Données juillet 2019*

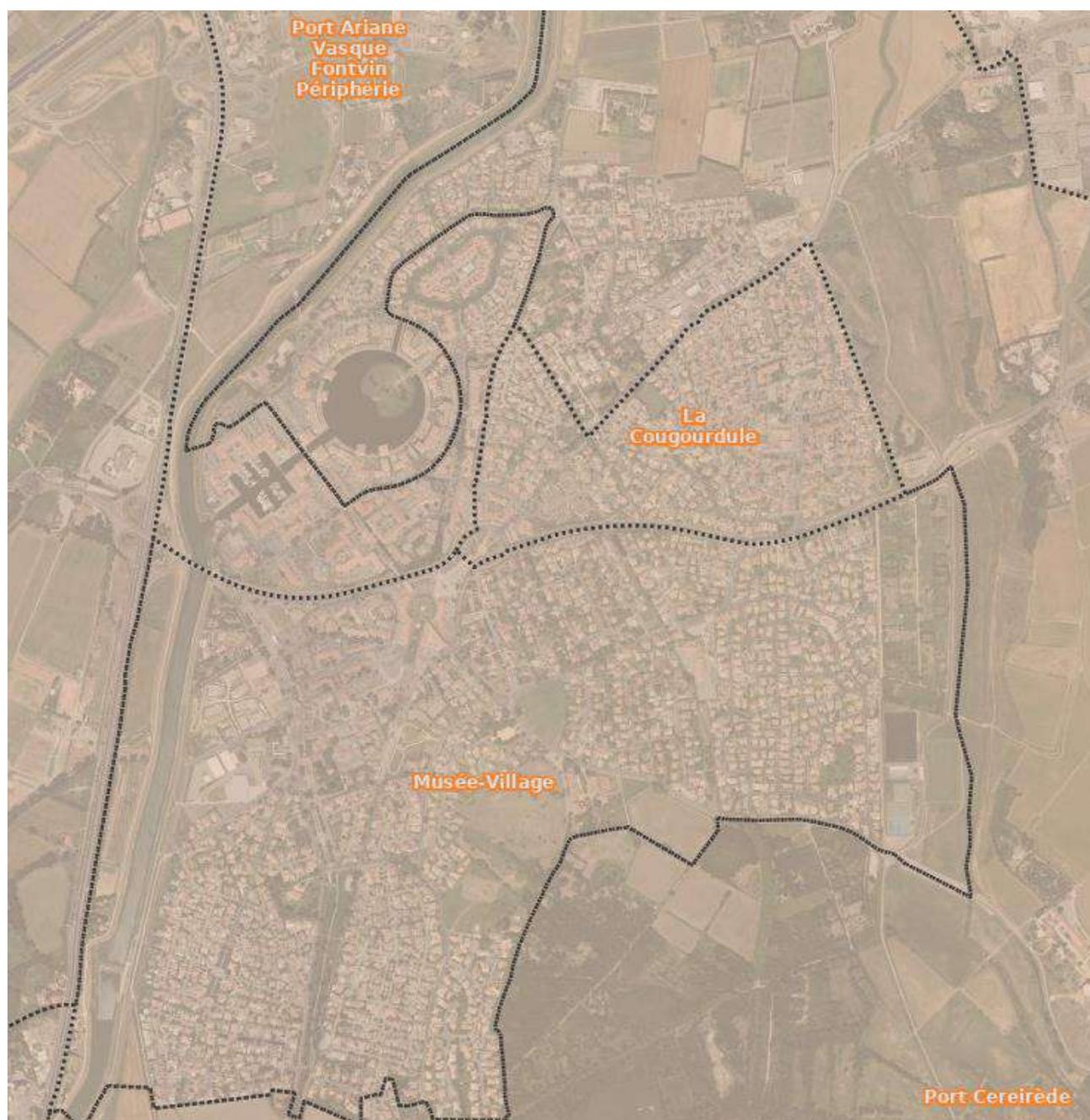


L'agglomération principale est concernée par les Iris suivants :

Musée-Village	4107 habitants*
La Cougourdule	1644 habitants
Une partie de l'Iris Port Ariane- Vasque-Fontvin-Périphérie	2610 habitants. Environ 90% dans l'agglomération principale, soit 2350 hab. environ.
Une partie de l'Iris Port Cereirède, dont la majeure partie est constituée de zones naturelles ou agricoles	2498 habitants. Environ 90% dans l'agglomération principale, soit 2250 hab. environ.
TOTAL	Environ 10350 habitants

*Source chiffres population : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4228434>

Zoom sur les IRIS de l'agglomération Latte Centre :



A.3 | Bilan des RLP en vigueur

Sur les 31 communes de la métropole de Montpellier, 5 bénéficient d'un Règlement Local de Publicité en vigueur :

- Castelnaud-Le-Lez, approuvé le 30 juin 2011
- Juvignac, approuvé le 9 décembre 1992
- Lattes, approuvé le 16 novembre 1987
- Montpellier, approuvé le 16 avril 2003
- Saint-Jean-de-Védas, approuvé le 28 juillet 1997

A.3.1 | RLP de la commune de CASTELNAU-LE-LEZ

(Unité urbaine de plus de 100 000 habitants)

Date d'approbation : 30 juin 2011

ZONES DE PUBLICITE

6 zones de publicité :

ZPR1 : grandes artères

ZPR2 : carrefours, ronds-points et stations tramway

ZPR3 : parc d'activités de l'Aube Rouge

ZPR4 : parc d'activités artisanales de La Garrigue

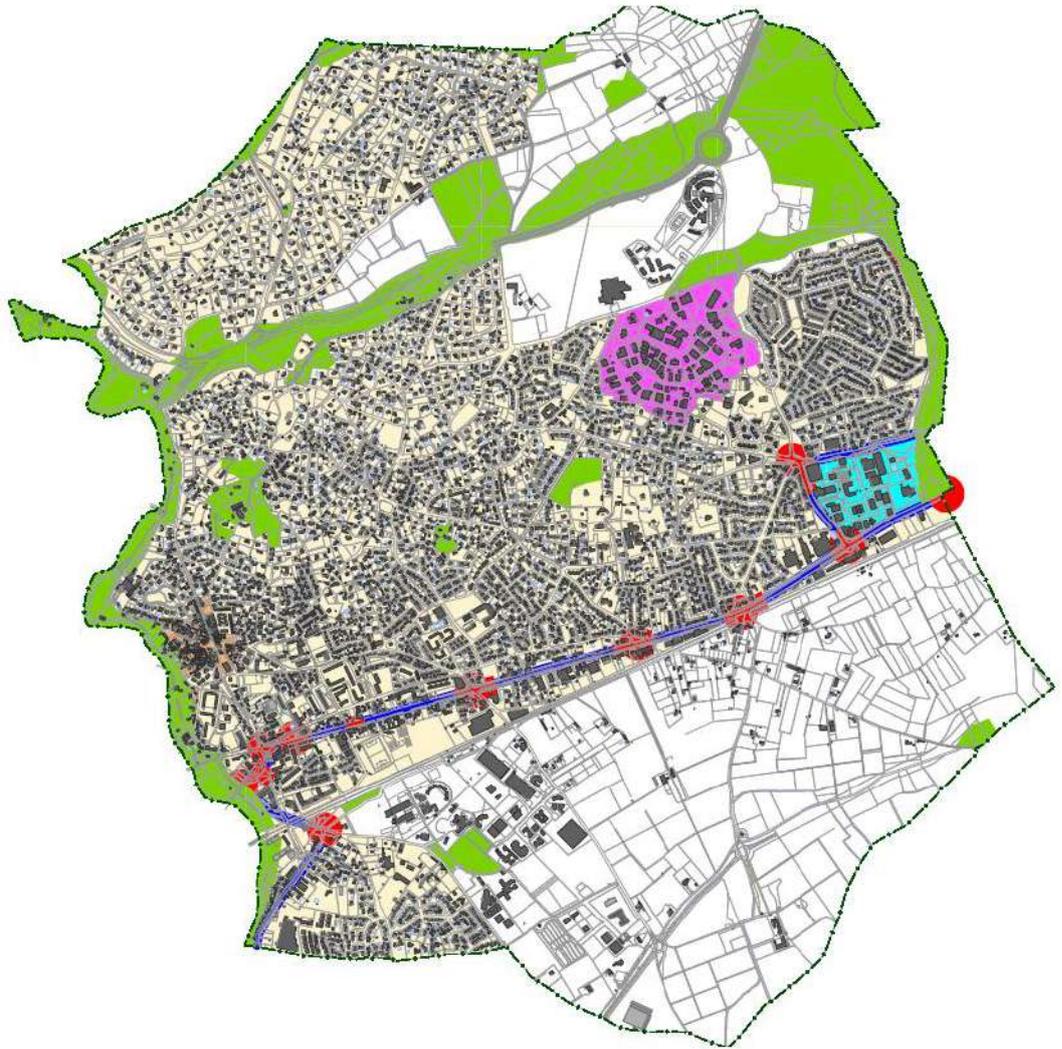
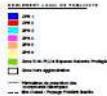
ZPR5 : centre ancien

ZPR6 : reste de l'agglomération

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Tableau récapitulatif des règles spécifiques aux 6 ZPR

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4	ZPR5	ZPR6
Publicités (et préenseignes)						
sur façade aveugle	si linéaire > 35 m	non	non	non		
scellée au sol			1/façade surf. < 8 m ²			
sur mobilier urbain d'information	< 9,70 m ²	< 2 m ²	< 9,70 m ²		< 2 m ²	< 2 m ²
surface unitaire	> 50 m	> 50 m	> 50 m		> 100 m	> 50 m
interdistance (surf. < 2 m ²)	> 100 m	-	> 100 m		-	-
interdistance (surf. > 2 m ²)						
Enseignes						
parallèles à la façade	interdiction lettres peintes en façade					
hauteur vitrine < 4 m : hauteur	< 1 m		< 1 m		< 40 cm	< 1 m
hauteur vitrine > 4 m : hauteur	< 75 cm					
hauteur lettres relief	< 30 cm		< 40 cm		-	
épaisseur lettres relief	< 10 cm		< 10 cm			
hauteur / sol	-			< 1 ^{er} étage		-
perpendiculaires sur façade						
hauteur / sol	> 2,50 m				> 3,20 m	> 2,50 m
hauteur / espaces de circulation	interdiction				> 4,50 m	> 4,50 m
hauteur vitrine < 4 m : dimensions	< 120x80x20 cm					
hauteur vitrine > 4 m : dimensions	< 80x80 cm ou < 120x40 cm	< 80x80 cm ou < 120x40 cm	< 100x80x20 cm	< 200x100x20 cm	< 70x70x10 cm	< 200x80x20 cm
scellées au sol					Activité en retrait de la voie	
hauteur	< 6 m				< 3 m	
largeur	< 1,20 m				< 90 cm	
épaisseur	< 40 cm				-	



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

- ZPR 1
- ZPR 2
- ZPR 3
- ZPR 4
- ZPR 5
- ZPR 6
- Zone N du PLU et Espaces Naturels Protégés
- Zone hors agglomération
- Périmètres de protection des monuments historiques
- Site Classé : Paysage Frédéric Bazille

Zonage en vigueur – RLP de Castelnaud-le-Lez

ANALYSE DU ZONAGE :

- Un zonage lisible, déterminé à la parcelle (zonage SIG).
- Le plan de zonage fait apparaître « hors agglomération » les zones d'activités situées au sud-ouest du territoire communal (parcs d'activités de Castelnaud 2000, de Bellegarde et Jean Mermoz) : ce secteur paraît, au moins en partie, correspondre à un « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés » (art. 110-2 CR) : il

devrait être introduit en ZP6. En effet, il y a une contradiction entre l'article 22 du RLP qui indique que la ZPR6 couvre « tout le reste du territoire de l'agglomération » (hors ZPR1 à 5) et le plan de zonage où ces secteurs agglomérés ne figurent pas en ZPR.

- Une évolution de l'occupation du sol qui nécessite de redéfinir le périmètre des ZPR (extensions urbaines connues depuis 2011).

- la loi Patrimoine de 2016 a remplacé l'interdiction « relative » de publicité « à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou visés au II de l'article L. 581-4 » par « aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine », soit désormais dans un rayon de 500m ou dans le périmètre délimité des « abords » (avec absence de notion de covisibilité). La dérogation de publicité devra être réfléchie à l'intérieur de ce périmètre-là.

ANALYSE DU REGLEMENT :

Lexique :

- Façade (enseignes) : toute activité peut disposer d'enseigne(s) ; celles-ci ne sont pas réservées aux activités qui accueillent du public (commerces, services...) ; en restreignant la notion de façade aux parties du bâtiment « ouvert » au public, la définition interdit (illégalement) de facto aux activités qui ne sont pas ouvertes au public de disposer d'enseigne(s) sur bâtiment.

Dispositions générales :

- Article 3 - La « publicité événementielle » qui est évoquée dans les exemples cités (soldes, promotions, évènements commerciaux courants...) ne constitue pas de la publicité, mais des enseignes, puisqu'apposée sur le bâtiment d'activité concerné.

- Article 3 – Règles d'extinction nocturne : il est imposé une extinction entre 23h et 6h « exceptions faites des pharmacies, des vétérinaires et des établissements de soins, lorsqu'ils sont de garde ». Pour les enseignes, il serait préférable (tout en maintenant une plage horaire plus restrictive) de reprendre les dispositions de la réglementation nationale qui évoque également les autres activités « nocturnes » : cf. article R581-59 du CE qui impose que « Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. ».

- Article 7 : le RLP ne peut pas interdire la publicité lumineuse sur l'ensemble de ses périmètres d'agglomérations.
- La question de la publicité numérique doit désormais être évoquée, avec le développement de ces nouveaux modes de communication (interdiction dans certaines zones ? autorisation dans d'autres ?).

- Article 8 - Dispositifs temporaires

Vigilance : l'article opère un amalgame entre certaines enseignes temporaires (art. R. 581-68, 2°) et certains supports de publicités (bâches, palissades) ;

D'autre part, la définition des « dispositifs temporaires » ne correspond pas exactement à celle du code de l'Environnement, plus large que celle définie au RLP en vigueur. Il sera nécessaire de prendre en compte l'ensemble des activités concernées par la notion du code :

« Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce. »

- Article 9

Vigilance : admettre une saillie de 30 cm pour les « spots sur tige » constitue un « assouplissement » de la réglementation nationale (art. R. 581-60 : 25 cm) qui était envisageable dans une ZPR « ante-Grenelle » mais ne pourra pas être maintenu dans un RLP « post-Grenelle ».

Nombre d'enseignes par activité : « toute » inscription, forme ou image constituant une enseigne, la limitation à une seule enseigne parallèle et une seule enseigne perpendiculaire » paraît peu réaliste au regard des besoins existants.

- le point 12 impose « Une enseigne scellée au sol de forme "totem" uniquement, pourra être autorisée par unité foncière, pour tout bâtiment commercial situé en retrait de la voie publique ». Cette notion de retrait de la voie publique est floue, difficilement justifiable en l'absence de précision sur la distance minimale pouvant correspondre à un recul nécessitant l'installation d'une enseigne au sol.

Pour l'ensemble des zones :

- Vigilance concernant les termes utilisés : ce n'est pas le « mobilier urbain » qui est admis dans les ZPR mais l'aposition de publicité sur mobilier urbain.

- le régime national « post-Grenelle » applicable au micro-affichage (art. R. 581-87) est désormais plus précis et plus restrictif que le RLP de Castelnau-le-Lez : le maximum de 1 ou 2 m² de micro-affichage est autorisé uniquement si celui-ci n'excède pas 1/10^e de la surface de la devanture commerciale (surface cumulée du micro-affichage).

- les notions « d'enseignes sur bâtiments dont les vitrines développement une hauteur supérieure ou égale à 4 mètres » et « [...] inférieure à 4 mètres » semblent erronées. Ne s'agit-il pas plutôt de la hauteur du rez-de-chaussée ?

- Il semblerait plus pertinent de limiter le nombre des enseignes scellées au sol par façade d'unité foncière en bordure de chacune des voies bordant celle-ci, plutôt que « par unité foncière », dès lors qu'une unité foncière peut être bordée par plusieurs voies ouvertes à la circulation publique.

- Si les RLP ante-Grenelle pouvaient, même en zone de publicité « restreinte », assouplir les règles nationales concernant les enseignes, les RLP post-Grenelle ne peuvent, s'ils réglementent les enseignes, que « restreindre » les possibilités résultant des règles nationales : concernant la largeur des enseignes perpendiculaires aux façade, il sera nécessaire de rappeler que se cumule à la règle, la nécessaire conformité avec les dispositions nationales (qui imposent que cette largeur « ne dépasse pas « 1/10^e de la distance séparant les 2 alignements de la voie publique », art. R581-61 CE).

- des règles globalement très restrictives qui peuvent être compliquées à appliquer.

ZP5 :

- Le règlement fait référence à l'existence d'un « cahier des charges qui sera appliqué lors de l'instruction des demandes d'autorisation » d'où émaneraient les « prescriptions concernant les matériaux, les couleurs, les formes d'éclairage ». Il est rappelé que les seules prescriptions opposables aux enseignes sont celles qui figurent dans le RLP. Une réflexion pourra être menée sur les dispositions de ce cahier des charges qu'il serait pertinent d'introduire dans le futur RLPi.

A.3.2 | RLP de la commune de Juvignac

(Unité urbaine de plus de 100 000 habitants)

Date d'approbation du RLP : 9 décembre 1992

ZONES DE PUBLICITE

3 zones de publicité :

Zone de Publicité restreinte ZPR1 : Zones commerciales

Zone de Publicité restreinte ZPR2 : Zones résidentielles

Zone de Publicité restreinte ZPR3 : reste de l'agglomération

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Dispositions relatives à la publicité et préenseigne - Synthèse

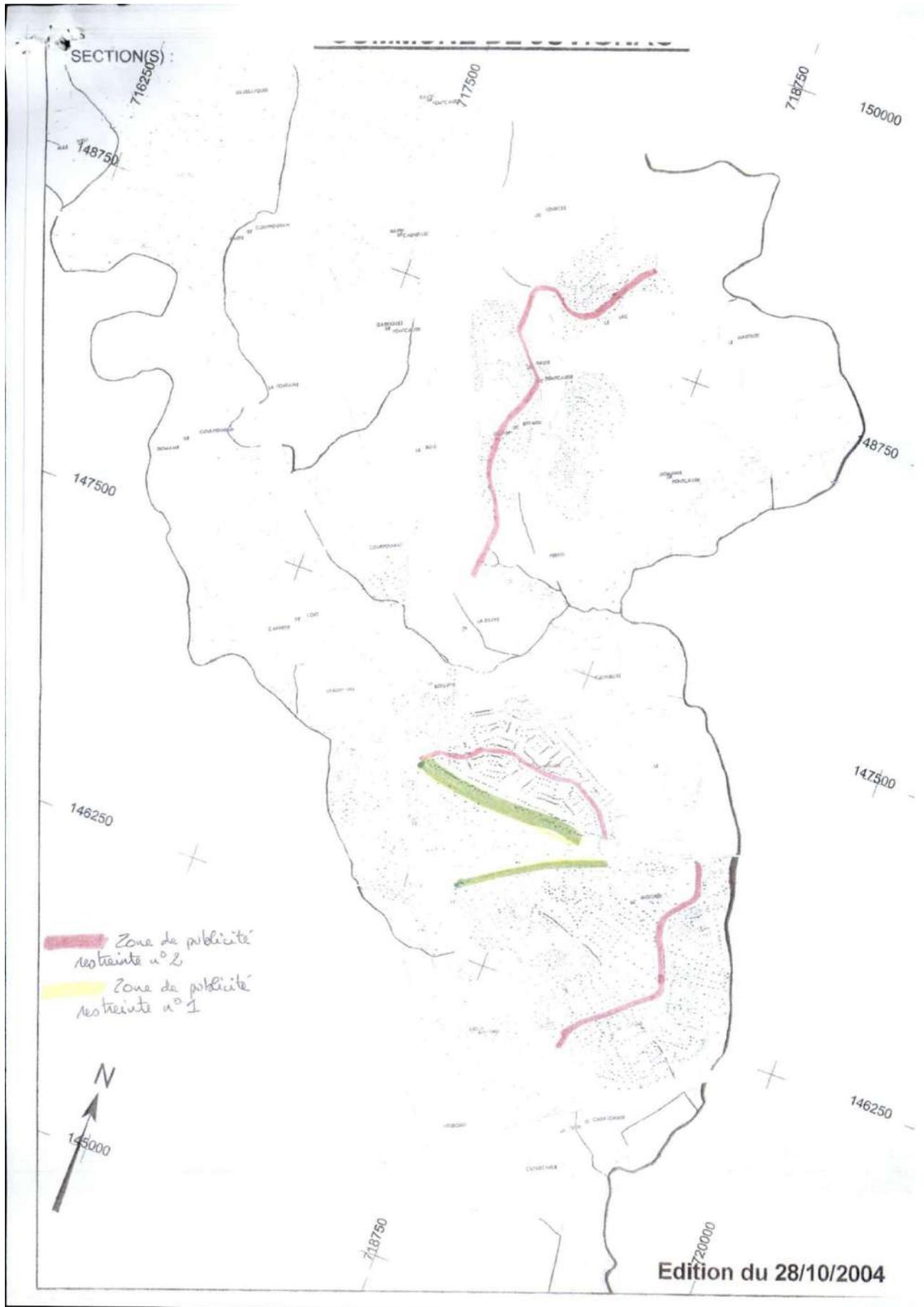
	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Publicité murale (Façade de bâtiment et mur de clôture)	Interdit		Interdit
Publicité scellée ou posée au sol	Autorisée 12 m ² par face maximum 6 m de hauteur au sol Interdistance de 70m entre 2 dispositifs sur une même unité foncière. Longueur par rapport à l'unité voisine : 35m minimum	Interdit	Interdit
Publicité sur mobilier urbain	Interdit ?	Autorisée 2 m ² par face maximum	Interdit
Lumineux	Interdit	Interdit	interdit

Dispositions relatives aux enseignes – Synthèse

Absence de dispositions spécifiques relatives aux enseignes

Dispositions relatives aux emplacements temporaires

Absence de dispositions spécifiques relatives aux dispositifs temporaires



Zonage en vigueur – RLP de Juvignac

ANALYSE DU ZONAGE :

- Le plan de zonage ne permet pas de lecture facile des zones concernées par le règlement : il ne permet notamment pas d'apprécier la profondeur des ZPR1 et ZPR2 par rapport aux voies structurantes ;

ANALYSE DU REGLEMENT :

- Les règles imposées en ZPR sont compatibles avec les dispositions de la réglementation nationale (unité urbaine de plus de 100 000 habitants).

ZPR1 :

- le RLP n'admet que les dispositifs « posés au sol » (les règles nationales concernent les dispositifs « scellés au sol ou installés directement sur le sol »), ce qui interdit a priori les dispositifs « scellés au sol », ce qui paraît assez peu réaliste pour des dispositifs dont la surface unitaire peut aller jusqu'à 12 m².

- en imposant une distance minimale de 35 mètres « par rapport à l'unité voisine », le RLP n'admet donc la présence publicitaire que sur les parcelles d'au moins 70 mètres de large, ce qui ne paraît être le cas que d'une seule parcelle (BN-664) bordée par l'allée de l'Europe et la route Saint-Georges d'Orques. Les possibilités d'affichage offerte par le RLP sont donc très réduites.

- le RLP ne peut pas interdire la publicité lumineuse sur l'ensemble de ses périmètres d'agglomérations.

- la publicité murale est interdite alors que son impact paysager peut être moins impactant que l'affichage au sol.

- aucune autre forme de publicité que les dispositifs « posés au sol » n'est admise dans la ZPR1, pas même la publicité sur mobilier urbain admise en ZPR2... et pourtant également présente dans l'emprise des deux voies (en ZPR3 ?) ou dans la bande correspondant à la ZPR1

ZPR2 :

- sur l'emprise des trois voies constituant la ZPR2, seules des publicités de 2 m² au plus sont admises sur des mobiliers urbains « d'informations municipales et d'associations » : le mobilier urbain susceptible de supporter de la publicité est celui « destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local » : sauf à le regarder comme information, l'affichage des associations n'est pas censé être apposé sur les mobiliers urbains d'information ; il constitue une forme de « publicité » qui bénéficie par ailleurs d'emplacements réservés

- la mention d'une autorisation du maire après avis de l'architecte des bâtiments de France n'est pas correcte : la publicité est, sauf exception, uniquement soumise à déclaration.

- les exigences de non-masquage de la visibilité des véhicules ou des piétons, et de non-atteinte à la sécurité, ou le maintien d'un passage libre minimum d'un mètre pour la circulation des piétons, handicapés, voitures d'enfants, ne relève pas du champ de compétence du RLP.

ZP3 :

Vigilance : en complément de l'interdiction quasi-totale de publicité en ZPR1, de la seule possibilité de publicité sur mobiliers urbains d'information en ZPR2, l'interdiction de toute publicité en ZPR3 revient à interdire quasi totalement la publicité sur la commune. Un futur RLP ne pourrait pas raisonner en termes d'interdictions aussi absolues de la publicité : il pourrait interdire certaines formes de publicités (scellées au sol ou installées directement sur le sol, sur clôtures, lumineuses en toiture...) et exprimer des restrictions à l'égard des formes de publicités (et préenseignes) dont il admettrait la présence (limitation en nombre, en surface unitaire (2 m²...)).

Enseignes :

- Une absence de dispositions relatives aux enseignes : des dispositions qui pourraient être renforcées sur certains secteurs à enjeux (centre-ville, ...).

A.3.3 | RLP de la commune de LATTES

(Unité urbaine de plus de 100 000 habitants)

Date d'approbation : 16 novembre 1987

ZONES DE PUBLICITE

4 zones de publicité :

ZPA Nord : zone commerciale

ZPA de Boirargues : zone résidentielle

ZPE de Boirargues : zone résidentielle

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Dispositions relatives à la publicité et préenseigne – Synthèse

	ZPA Nord	ZPA de Boirargues	ZPE de Boirargues	Restes des agglomérations
Publicité murale (Façade de bâtiment et mur de clôture)	Autorisée sur mur pignon de bâtiments industriels ou de bureaux « sans limitation de surface ni de hauteur » Sur mur de clôture : 16 m ² maximum / 7,5m de hauteur au sol	Autorisée sur mur aveugles jusqu'à 16m ² Hauteur au sol : 6m 2 publicités maximum par parcelle cadastrale 2 dispositifs (supports) autorisés par parcelle cadastrale	Autorisée 16 m ² maximum 6m de hauteur au sol 2 publicités maximum par parcelle cadastrale 1 seul dispositif (support) autorisé par parcelle cadastrale	RNP
Publicité scellée ou posée au sol	Autorisée 16 m ² maximum 6m de hauteur au sol	Autorisée 16 m ² maximum 6m de hauteur au sol 2 publicités maximum par parcelle cadastrale 1 seul dispositif (support) autorisé par parcelle cadastrale		
Publicité sur mobilier urbain	Autorisée RNP	Autorisée RNP		
Lumineux	Autorisée sauf sur publicité au sol	Autorisée sauf sur publicité au sol	Autorisée	

L'emploi du bois est proscrit.

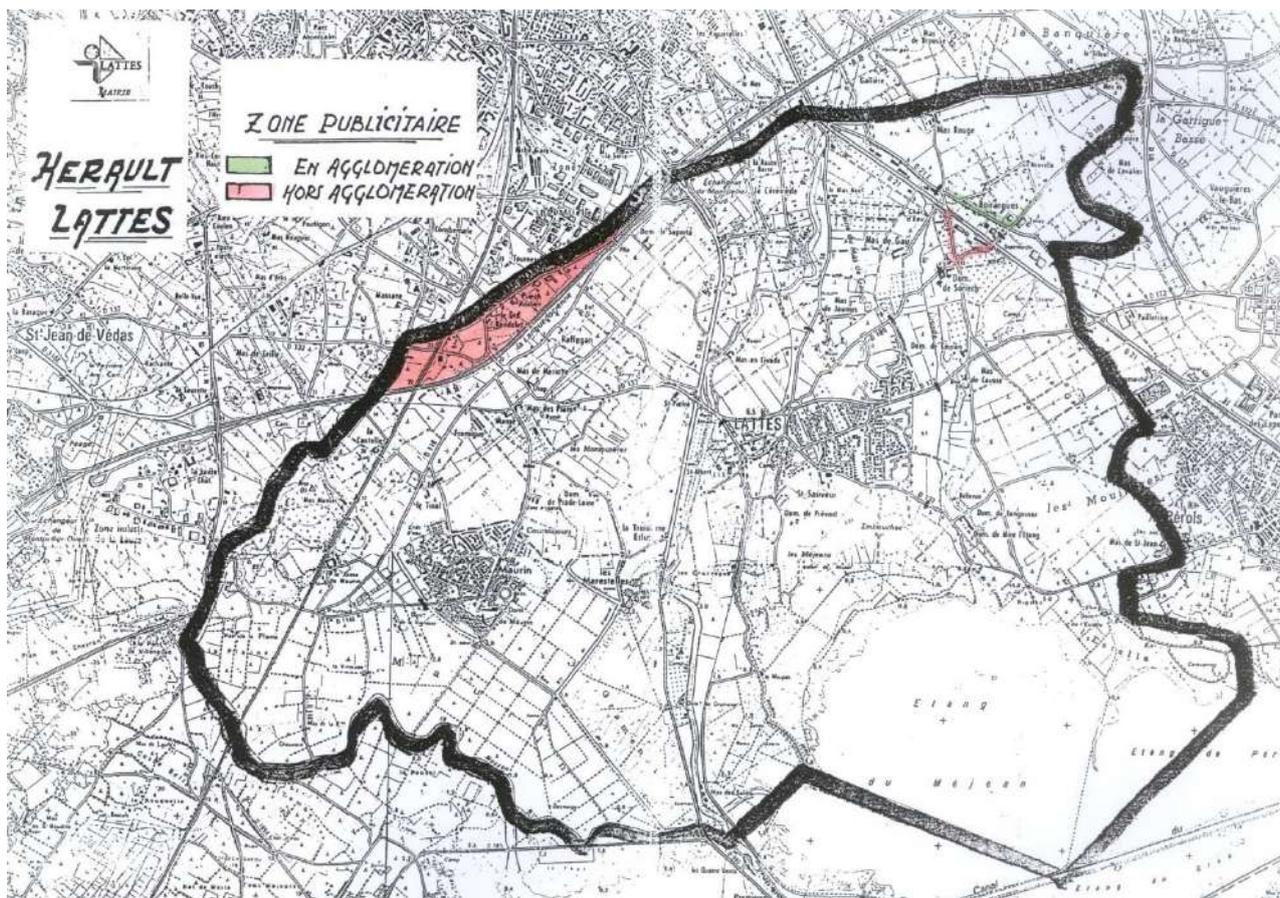
Dispositions relatives aux enseignes - Synthèse

	ZPA Nord	ZPA de Boirargues	ZPE de Boirargues
Enseigne	16 m ² unitaire	16 m ² unitaire	RNP

Dispositions relatives aux emplacements temporaires

La publicité sur palissade de chantier est autorisée « sans limitation de surface ».

Hauteur limitée à 4m (hauteur prise au plus proche de la voie publique).



Zonage en vigueur – RLP de Lattes

ANALYSE DU ZONAGE :

- Le périmètre de l'agglomération tel que défini dans le RLP en vigueur a fortement évolué : toutes les ZPA sont aujourd'hui localisées « en agglomération ». En effet, leur densité bâtie devrait permettre de les regarder comme des secteurs désormais agglomérés dans lesquels, soit la (nouvelle) réglementation nationale s'applique, soit le futur RLP y apporte des restrictions.
- Le terme ZPA n'existe plus dans la nouvelle réglementation. Les « ZPA Nord » et « ZPA de Boirargues » devront être remplacées par des « zones de publicité » classiques (la loi ne faisant plus la distinction entre ZPR, ZPA et ZPE)
- La lisibilité du zonage pourra être améliorée (travail à la parcelle).

ANALYSE DU REGLEMENT :

ZPA Nord et ZPA de Boirargues

- Dans le cadre du futur RLP -même si celui-ci ne devait apporter aucune restriction supplémentaire par rapport aux règles nationales, les possibilités d'affichage résultant du RLP actuel ne pourront pas être pérennisées sur les points suivants :

- la surface maximale autorisée pour les publicités ne pourra désormais pas excéder 12 m², moulures incluses (et non 16m² comme autorisé dans le RLP en vigueur)
- la hauteur des publicités scellées ou apposées au sol ne pourra pas excéder 6m (et non 7,5m comme évoqué dans le RLP en vigueur) hormis pour les dispositifs muraux.
- la commune comptant uniquement des agglomérations de moins de 10 000 habitants, la surface des enseignes scellée au sol ne pourra désormais pas excéder 6 m² (et non 16m² comme autorisé dans le RLP en vigueur).

- Articles 4 et 11 : la notion de « boutique temporairement fermée » est plus ambiguë que la dérogation envisagée par les règles nationales sur « la devanture d'un établissement temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire » (art. L. 581-8, III, CE) ;

- Article 5 - la publicité est autorisée sur mur pignon de bâtiments industriels ou de bureaux « *sans limitation de surface ni de hauteur* » : cette règle ne pourra pas être reprise telle quelle, les surface et hauteur maximales autorisées ne pourront pas excéder celles imposées par la loi, soit 12 m² et 7,5m. D'autre part, l'autorisation ne pourra plus cibler uniquement certains types d'activités.

- Article 5 et 12 : la réalisation de « murs décorés » qui semble relever d'une « autorisation » ne relève pas du champ d'un RLP : d'une part, celui-ci ne saurait réglementer les « supports » de publicités mais uniquement les conditions d'installation des publicités sur ces supports.

- Article 16 : les possibilités de « dépassement de la surface unitaire maximale » sont exprimées de façon peu compréhensible. En tout état de cause, le RLP ne saurait organiser de dérogations aux règles qu'il édicte, ni assouplir les règles nationales.

ZPE de Boirargues

- Dans le cadre du futur RLP -même si celui-ci ne devait apporter aucune restriction supplémentaire par rapport aux règles nationales, les possibilités d'affichage résultant du RLP actuel ne pourront pas être pérennisées sur les points suivants :

- La surface maximale autorisée pour les publicités ne pourra désormais pas excéder 12 m² (et non 16m² comme autorisé dans le RLP en vigueur)
- La hauteur des publicités scellées ou apposées au sol ne pourra pas excéder 6m (et non 7,5m comme évoqué dans le RLP en vigueur) hormis pour les dispositifs muraux.

- Le souci d'assurer une « protection » des arbres plantés en bordure de la RD 21E ne relève pas du champ de compétence d'un RLP.

Enseignes :

- Des dispositions qui pourraient être renforcées sur certains secteurs à enjeux (centre-ville, ...).

A.3.4 | RLP de la commune de MONTPELLIER

(Unité urbaine de plus de 100 000 habitants)

Date d'approbation : 16 avril 2003

ZONES DE PUBLICITE

8 zones de publicité :

Zone	Emplacement
ZPR1	secteur sauvegardé Écusson-Peyrou (voir plan: jusqu'à 10 mètres au-delà de la limite extérieure des rues indiquées comme limites sur le plan)
ZPR2	centre élargi, Celleneuve (voir plan: jusqu'à 10 mètres au-delà de la limite extérieure des rues indiquées comme limites sur le plan)
ZPR3A	tram L1 et L2, grandes voies urbaines (voir plan): 50 mètres de chaque côté à partir de l'axe de la voie
ZPR3B	grandes voies: pénétrantes Est (voir plan): 50 mètres de chaque côté à partir de l'axe de la voie
ZPR4	autres grandes voies urbaines (voir plan): 50 mètres de chaque côté à partir de l'axe de la voie
ZPR5	carrefours importants (voir plan). Giratoire: 50 mètres autour de l'extérieur de l'anneau; intersection: 60 mètres à partir de l'axe des voies
ZPR6	secteurs d'activité
ZPR7	reste de la commune (partie en agglomération uniquement)

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Dispositions relatives à la publicité et préenseigne – Synthèse

	ZPR1	ZPR2	ZPR3A
Publicité murale (Façade de bâtiment et mur de clôture)	Interdit	Publicité murale : 8m ² Publicité au sol : 2m ² / hauteur : 3m Interdistance entre 2 dispositifs : 10m	Publicité murale : 8m ² Publicité au sol : 2m ² / hauteur : 3m Interdistance entre 2 dispositifs : 15m
Publicité scellée ou posée au sol	Interdit	Densité : < 30m : 0 dispositif De 30 à 60m : 1 dispositif De 60 à 90m : 2 dispositifs Au-delà de 90m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 30m	Densité : < 50m : 0 dispositif De 50 à 100m : 1 dispositif De 100 à 150m : 2 dispositifs Au-delà de 150m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 30m
Publicité sur mobilier urbain	2 m ² Hauteur : 3m	2 m ² Hauteur : 3m	8 m ² Hauteur : 6m
Lumineux	Interdit	Interdit	Interdit

	ZPR3B	ZPR4	ZPR5	ZPR6 et ZPR7
Publicité murale (Façade de bâtiment et mur de clôture)	Interdit	9,6m ² (8m ² affiche) Interdistance entre 2 dispositifs : 15m	Interdit	9,6m ² (8m ² affiche) Interdistance entre 2 dispositifs : 10m
Publicité scellée ou posée au sol	Interdit	Densité : < 50m : 0 dispositif De 50 à 100m : 1 dispositif De 100 à 150m : 2 dispositifs Au-delà de 150m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 30m	Interdit	Densité : < 20m : 0 dispositif De 20 à 40m : 1 dispositif De 40 à 60m : 2 dispositifs Au-delà de 60m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 20m
Publicité sur mobilier urbain	interdit	8 m ² Hauteur : 6m	interdit	8 m ² Hauteur : 6m
Lumineux	Interdit	Autorisée	Interdit	Autorisée

L'emploi du bois est interdit.

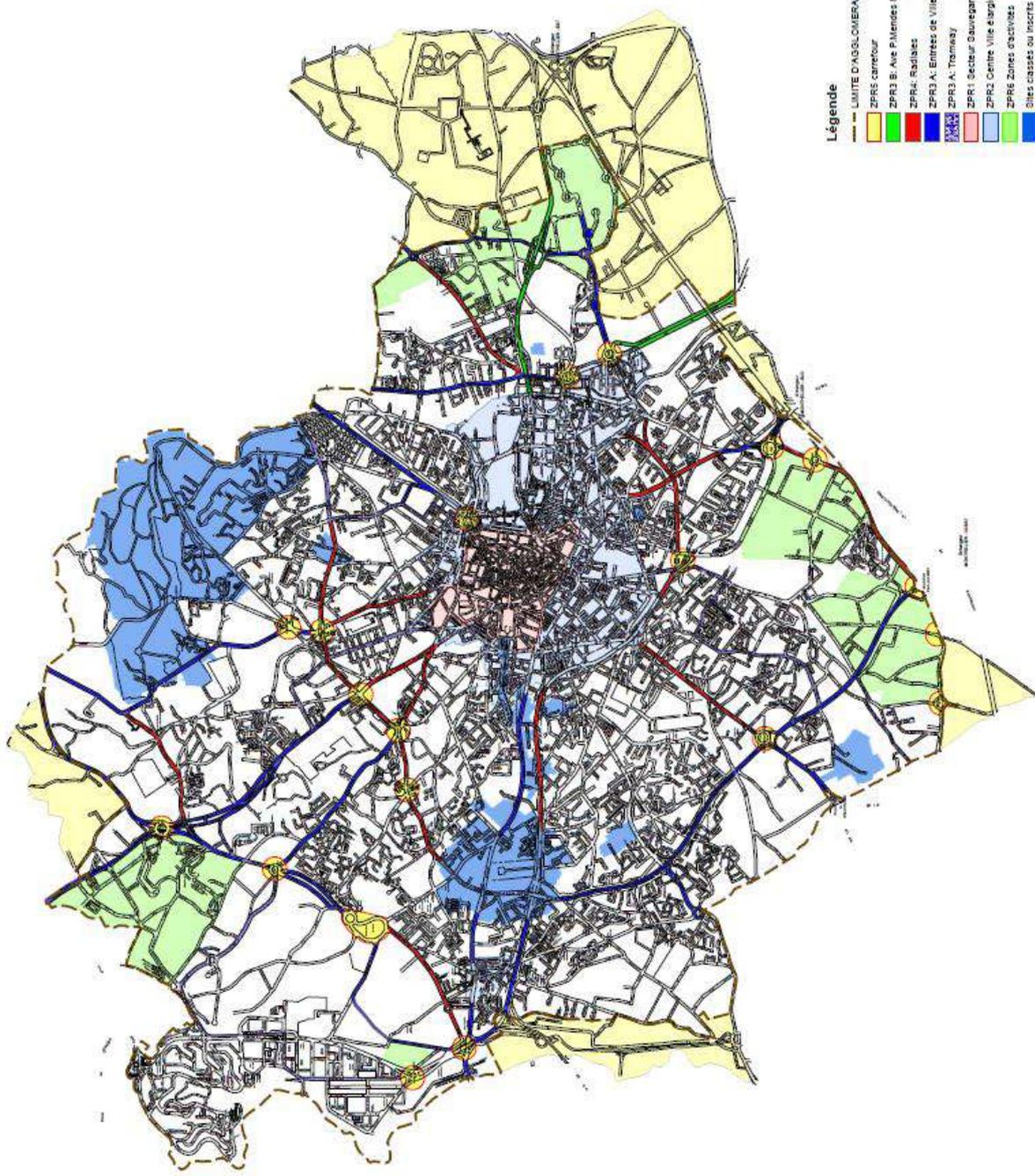
Dispositions relatives aux enseignes – Synthèse

	ZPR1	ZPR1
Enseigne scellée au sol	Interdite	2 m ² Hauteur : 3m 1 seule enseigne par activité
Enseigne parallèle à une façade	Saillie : 20cm Hauteur lettrages indépendant : 40cm / sur lambrequin : 30cm	Saillie : 20cm Hauteur lettrages indépendant : 60cm / sur lambrequin : 30cm
Enseigne perpendiculaire à une façade	Largeur max : 65 cm Hauteur max : 130 cm Epaisseur : 10cm	
Enseigne sur toiture	Interdite	

	ZPR3A	ZPR3B et ZP4
Enseigne scellée au sol	8 m ² Hauteur : 6m 1 double face par activité ou 2 simple face	
Enseigne parallèle à une façade	<u>Autres que caissons</u> : RNP <u>Pour enseignes caisson</u> : Hauteur : 1m Profondeur : 25 cm Longueur = longueur façade	<u>Autres que caissons</u> : Saillie : 25cm Lettrage indépendants : hauteur 2m sans dépasser 1/5 de la hauteur de la façade d l'immeuble <u>Pour enseignes caisson</u> : Hauteur : 1m Profondeur : 25 cm Longueur = longueur façade
Enseigne perpendiculaire à une façade	RNP	Largeur max : 1m Hauteur max : 3m Epaisseur max : 20 cm
Enseigne sur toiture	1/5 ^e de la hauteur de la façade de l'immeuble dans la limite de 2m	

	ZPR5	ZPR6	ZPR7
Enseigne scellée au sol	4 m ² Hauteur : 6m 1 double face par activité ou 2 simple face	12 m ² Hauteur : 6m 1 double face par activité ou 2 simple face	RNP
Enseigne parallèle à une façade	<u>Autres que caissons</u> : Saillie : 25cm Lettrage indépendants : hauteur 1,5m sans dépasser 1/5 de la hauteur de la façade d l'immeuble <u>Pour enseignes caisson</u> : Hauteur : 1m Profondeur : 25 cm Longueur = longueur façade	<u>Autres que caissons</u> : Saillie : 25cm Lettrage indépendants : hauteur 2m <u>Pour enseignes caisson</u> : Hauteur : 1m Profondeur : 25 cm Longueur = longueur façade	RNP
Enseigne perpendiculaire à une façade	Largeur max : 1m Hauteur max : 3m Epaisseur max : 20 cm		RNP
Enseigne sur toiture	Interdit	1/5 ^e de la hauteur de la façade de l'immeuble dans la limite de 2m	RNP

Règlementation Spéciale de la Publicité, Enseignes & Préenseignes 2002



- Légende**
- LIMITE D'AGGLOMERATION
 - ZFR5 carrefour
 - ZFR3 B. Ave. Nîmes, France, Ave. de la litièr et route de Bonrepaus
 - ZFR4. Radiales
 - ZFR3 A. Entrées de Ville et Grands voies Urbaines
 - ZFR1 A. Tramezy
 - ZFR1 Secteur Sauvegardé
 - ZFR2 Centre Ville élargie + Cévenne
 - ZFR6 Zones d'activités
 - Sites classés ou inscrits
 - ZONE HORS AGGLOMERATION
 - ZFR7 Reste de la Ville

1 000 Mètres

© 2002 M. de Montpellier
 M. de Montpellier
 M. de Montpellier
 M. de Montpellier
 M. de Montpellier

ANALYSE DU ZONAGE :

- Un zonage lisible.
- Une évolution de l'occupation du sol qui nécessite de redéfinir le périmètre des ZPR (extensions urbaines connues depuis 2003, nouvelles lignes de tramway pouvant être intégrées en ZPR3A).

ANALYSE DU REGLEMENT :

Dispositions applicables sur l'ensemble du territoire communal, inclus dans le périmètre d'agglomération (chapitre I)

Article 1 :

- la règle « *En cas de modification du périmètre d'agglomération, les nouvelles parties de territoire communal qui y seraient rattachées seraient soumises à la réglementation de la zone de publicité restreinte ZPR7, sauf si cette nouvelle partie de territoire comprend une voie qui prolonge une voie concernée par un règlement spécifique (ZPR 3 ou ZPR 4). Dans ce cas, c'est ce règlement qui s'applique.* » ne peut pas être reprise telle quelle. En effet, c'est bien la réglementation nationale qui s'applique sur toute partie du territoire non couverte par une zone de publicité, dont les nouvelles zones situées en agglomération.

- « *En cas de superposition de deux ou plusieurs zones du présent règlement, ce sont toujours les règles de la zone la plus contraignante qui s'appliquent.* » : il s'agira de veiller dans le nouveau RLPi à ce qu'aucune zone de publicité ne se superpose.

- « *La limite extérieure de chacune des zones ZPR1 et ZPR2 est matérialisée sur le plan, pour en faciliter la bordure, par des voies publiques. En réalité la limite extérieure de chacune de ces zones est constituée par une ligne située 10 mètres au-delà du bord extérieur de ces voies.* » : il s'agira de veiller dans le nouveau RLPi à ce que le plan graphique corresponde strictement au règlement, le zonage étant lui-aussi opposable.

Article 3 :

- Concernant les monuments historiques : la loi Patrimoine de 2016 a remplacé l'interdiction « relative » de publicité « *à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou visés au II de l'article L. 581-4* » par « *aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine* », soit désormais dans un rayon de 500m ou dans le périmètre délimité des « abords » (avec absence de notion de covisibilité). L'interdiction et l'éventuelle dérogation de publicité devront être réfléchi à l'intérieur de ce périmètre-là, beaucoup plus large et englobant donc peut-être des secteurs stratégiques en matière d'affichage publicitaire.

Article 4 :

- La règle « *Le présent règlement sera modifié automatiquement dans ses dispositions résultant d'autres règlements locaux (ex : modification ou révision du PLU, révision au plan de sauvegarde et de mise en valeur, inscription ou classement d'un monument ou d'un site, création d'une ZPPAUP)* » ne pourra pas être reprise comme telle. Le RLPi devra faire l'objet de modifications ou révisions.

- La règle « *Conformément à l'article L 581.43, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, les dispositifs peuvent être maintenus pendant un délai de 2 ans à compter de l'entrée en vigueur de ce règlement.* » ne pourra pas être reprise comme telle. Le délais de 2 ans s'applique uniquement pour les publicités et préenseignes. Les enseignes auront 6 ans pour se mettre en conformité (sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation nationale en vigueur).

Article 7 :

- La règle « *En cas de non-respect de ces dispositions, l'entretien, la remise en état ou la dépose sera effectuée par la Ville, après mise en demeure, aux frais du contrevenant.* » ne pourra pas être reprise. Le code de l'Environnement s'appliquera de lui-même, sans dispositions plus restrictive imposée par le RLP.

- la règle « *L'abandon sur le domaine public de produits ou déchets de nettoyage des dispositifs est strictement proscrit* » ne pourra être maintenue. En effet, le RLP n'a vocation à réglementer que l'affichage.

Article 9 :

- La règle « *Quand ils sont implantés en surplomb du domaine public leur installation est soumise à l'autorisation de la Ville.* » n'est applicable que pour les enseignes. Les publicités et préenseignes ne sont soumises qu'à déclaration.

- La règle « *Quand ils sont implantés en surplomb d'un fond voisin, leur installation est soumise à l'accord du propriétaire du fond voisin.* » ne pourra pas être maintenue. Seule le maire a pouvoir de donner son accord ou non pour l'installation d'enseignes.

Article 13 relative au mobilier urbain

- La règle « *Sur les espaces réservés aux piétons tout dispositif devra laisser un passage minimum de 1,40 m pour la circulation des personnes à mobilité réduite.* » ne pourra être maintenue. En effet, le RLP n'a pas vocation à réglementer l'emplacement du mobilier urbain mais bien l'affichage sur celui-ci

Organisation du règlement et dispositions applicables dans toutes les zones

- Dans chaque zone sont détaillés les dispositifs interdits et ceux autorisés. Il serait préférable de détailler ceux qui sont autorisés et de préciser que tout dispositif non autorisé par le règlement est interdit ; ceci afin de s'assurer qu'aucun type de dispositif ne soit oublié.

Article relatif aux clôtures de chantier

- La notion de clôture de chantier ne peut pas être reprise telle quelle. En effet, le code de l'Environnement encadre les « bâches de chantier », installées sur échafaudages. Les clôtures de chantier étant généralement des clôtures non aveugles, elles ne peuvent recevoir de la publicité dans un RLP post-Grenelle. Si installées sur une clôture aveugle, elles sont soumises aux dispositions des publicités murales.

Article relatif aux Interdistances entre publicités (ZPR2, ZPR3A, ZPR4, ZPR6, ZPR7)

-Si les RLP ante-Grenelle pouvaient, même en zone de publicité « restreinte », assouplir les règles nationales concernant les enseignes, les RLP post-Grenelle ne peuvent, s'ils réglementent les publicités, que « restreindre » les possibilités résultant des règles nationales : les dispositions relatives aux interdistances devront au moins être équivalentes aux dispositions de l'article R581-25 du code de l'Environnement (notion de 40 et 80m de longueur d'unité foncière et notion de 80m supplémentaires).

Article relatif aux enseignes

- le RLPi ne pourra pas encadrer le contenu d'une enseigne : l'interdiction des « enseignes de marques commerciales » ne pourra donc être conservée.

- (ZPR3A, ZPR3B, ZPR4, ZPR5, ZPR6, ZPR7) Si les RLP ante-Grenelle pouvaient, même en zone de publicité « restreinte », assouplir les règles nationales concernant les enseignes, les RLP post-Grenelle ne peuvent, s'ils réglementent les enseignes, que « restreindre » les possibilités résultant des règles nationales : concernant le nombre d'enseignes au sol autorisées, il sera nécessaire de rappeler que se cumule à la règle, la nécessaire conformité avec les dispositions nationales (qui imposent que « *Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée* », art. R581-64 CE).

- le règlement évoque une hauteur d'enseigne parallèle à la façade ne pouvant dépasser 1/5 de la hauteur de la façade de l'immeuble, ce qui peut dans certains cas être important (immeubles à étages). Il pourrait être plus pertinent de parler de la hauteur de la façade commerciale, qui concerne souvent que le rez-de-chaussée.

Règles applicables en ZP7

- Aucune disposition spécifique aux enseignes n'est imposée. Un travail pourrait être envisagé afin d'assurer dans cette zone une qualité d'enseignes au même titre qu'en agglomération.

A.3.5 | RLP de la commune de SAINT-JEAN-DE-VEDAS

(Unité urbaine de plus de 100 000 habitants)

Date d'approbation : 28 juillet 1997

ZONES DE PUBLICITE

4 zones de publicité autorisées (hors agglomérations)

ZPA RN112

ZPA RD116E

ZPA RD 132

ZPA zones commerciales, artisanales et industrielles

1 zone de publicité restreinte

ZPR Agglomération

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Dispositions relatives à la publicité et préenseigne – Synthèse

	ZPA	ZPR
Publicité murale (Façade de bâtiment et mur de clôture)	Autorisée sur murs pignons aveugles des bâtiments d'habitations, industriels ou de bureaux. 12 m ² maximum 1 publicité par construction	Interdit
Publicité scellée ou posée au sol	Autorisée 12 m ² par face maximum 1 dispositif si façade d'unité foncière < 150m 2 dispositifs si façade d'unité foncière > 150m Dispositif doublons autorisé si façade d'unité foncière > 100m. 6m de hauteur au-dessus du niveau de la voie publique	Interdit
Publicité sur mobilier urbain	Autorisée	Autorisée 2 m ² par face maximum
Lumineux	Autorisée sauf sur publicité au sol	Autorisée

L'emploi du bois est proscrit.

Dispositions relatives aux enseignes - Synthèse

	ZPA	ZPE
Enseigne scellée au sol	Autorisée RNP	interdit
Enseigne en façade		Autorisée RNP
Toiture		
Autres		

Dispositions relatives aux emplacements temporaires- Non règlementés

St Jean de Védas



St Jean de Védas



Zonage en vigueur – RLP de Saint-Jean-de-Védas

ANALYSE DU ZONAGE :

- La lisibilité du zonage pourra être améliorée (travail à la parcelle). En effet, si les tronçons des RN 112, RD 116E et RD 132 ont été définis par le RLP, celui-ci ne délimite que de façon très approximative les 4 ZPA :

- le RLP ne précise pas sur quelle « profondeur » en bordure des RN et RD la publicité serait admise, le plan annexé étant lui-même très sommaire ;
- les 6 zones commerciales, artisanales ou industrielles classées en ZPA n'apparaissent sur ce plan annexe qu'à travers le surlignage approximatif de certaines de leurs voies ;

Le futur RLP devra comporter un plan permettant, comme pour les zones du PLU, de terminer « à la parcelle près » les limites des zones de publicité et des périmètres qu'il instituera ;

- La zone de publicité restreinte souffre de la même délimitation cartographique particulièrement imprécise ;

- la référence aux « panneaux d'agglomération » en bordure de la RN 113 n'est pas juridiquement pertinente : les panneaux d'agglomération ne correspondent qu'aux limites « présumées » de « l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés » (CE, 2 mars 1990, Min. Urb. Log. Transp. c/ sté Publi-System, n° 68134) ;
- de fait, l'implantation des panneaux d'agglomération en bordure de la RD 613 (ex-RN 113) intègrent des espaces non agglomérés où le RLP ne pouvait pas admettre des possibilités de publicité.

- Le périmètre de l'agglomération tel que défini dans le RLP en vigueur a fortement évolué : une partie des ZPA fait désormais partie intégrante de l'agglomération de Saint-Jean-de-Védas du fait de la conurbation connues ces dernières années. En revanche, la ZPA de la ZAC de Rieucoulon reste localisée hors agglomération.

- Le terme ZPA n'existe plus dans la nouvelle réglementation. Les emprises situées en agglomération des ZPA de Saint-Jean-de-Védas devront être remplacées par des « zones de publicité » classiques (la loi ne faisant plus la distinction entre ZPR, ZPA et ZPE)

- une évolution de l'occupation du sol qui nécessite de redéfinir le périmètre de l'ancienne ZPR (extensions urbaines connues depuis 1997).

ANALYSE DU REGLEMENT :

ZPA :

- la réalisation de « murs décorés » qui semble relever d'une « autorisation » ne relève pas du champ d'un RLP : d'une part, celui-ci ne saurait réglementer les « supports » de publicités mais uniquement les conditions d'installation des publicités sur ces supports.

- le futur RLP ne pourra plus admettre une hauteur maximale des dispositifs scellés ou posés au sol de 6 m au-dessus de la voie publique dès lors que cette référence permettrait, pour des terrains riverains en contre-bas de la route, d'assouplir la hauteur maximale de 6 mètres « au-dessus du sol » (du terrain d'assiette) fixée par les règles nationales (art. R. 581-32 CE) ;

- Lorsque la surface maximale correspond à la réglementation nationale, celle-ci devra inclure les « moulures ». En effet, le conseil d'état du 6 octobre 1999 ainsi que celui du 20 octobre 2016, précisent qu'il convient de prendre en compte non pas la seule surface de la publicité mais l'ensemble de la structure.

Le RLP ne pourra donc imposer un format supérieur à 12 m² éléments d'encadrement compris. Aujourd'hui, un grand nombre de panneaux, conformes au RLP en vigueur, est de format 13,4 avec les moulures (12 m² affiche). Cf. *arrêts en conseil d'état de 2016 et 2017, requêtes n°395494 et n°408801.*

- la notion de « simplon » ou « doublon » est trop complexe. Un « dispositif simplon » dans le RLP en vigueur peut correspondre en réalité à au moins deux dispositifs.

ZPR

- le RLP ne précise pas sur quelle « profondeur » la publicité est interdite « des deux côtés » des voies constituant la ZPR ;
- le RLP ne saurait réserver la publicité sur mobilier urbain aux seuls dispositifs relevant d'une « convention entre la commune et le publicitaire » : d'autres collectivités peuvent installer des mobiliers urbains qui pourraient eux aussi supporter de la publicité, sans que le RLP ne puisse exiger qu'ils fassent l'objet d'une convention entre la commune et un publicitaire ;
- les conditions complémentaires par rapport aux prescriptions nationales ne relèvent pas du champ des préoccupations d'un RLP : ne pas masquer la visibilité des véhicules ou des piétons et d'une manière générale ne porter aucune atteinte à la sécurité, ou le maintien d'un passage minimum d'un mètre pour la circulation des piétons, handicapés, voitures d'enfants ne concernant pas l'apposition de publicités sur des mobiliers urbains, mais l'installation des mobiliers urbains eux-mêmes que le RLP ne saurait réglementer ; ces conditions pourront être prises en compte dans le cadre des autorisations d'occupation domaniale dont ces mobiliers doivent nécessairement faire l'objet.

Enseignes :

- Une absence de dispositions relatives aux enseignes : des dispositions qui pourraient être renforcées sur certains secteurs à enjeux (centre-ville, ...).

A.3.6 | Synthèse sur l'ensemble des RLP en vigueur

- Des zones de publicités à ajuster au regard de l'évolution de l'occupation du sol depuis l'approbation des différents RLP.
- Une nécessaire prise en compte des nouvelles règles « maximales » imposées par le décret du 30 janvier 2012.
- Des zones de publicités à redéfinir au regard des nouveaux enjeux du territoire (développement économiques, préservation des paysages, ...)
- Une simplification des règles sur certaines communes

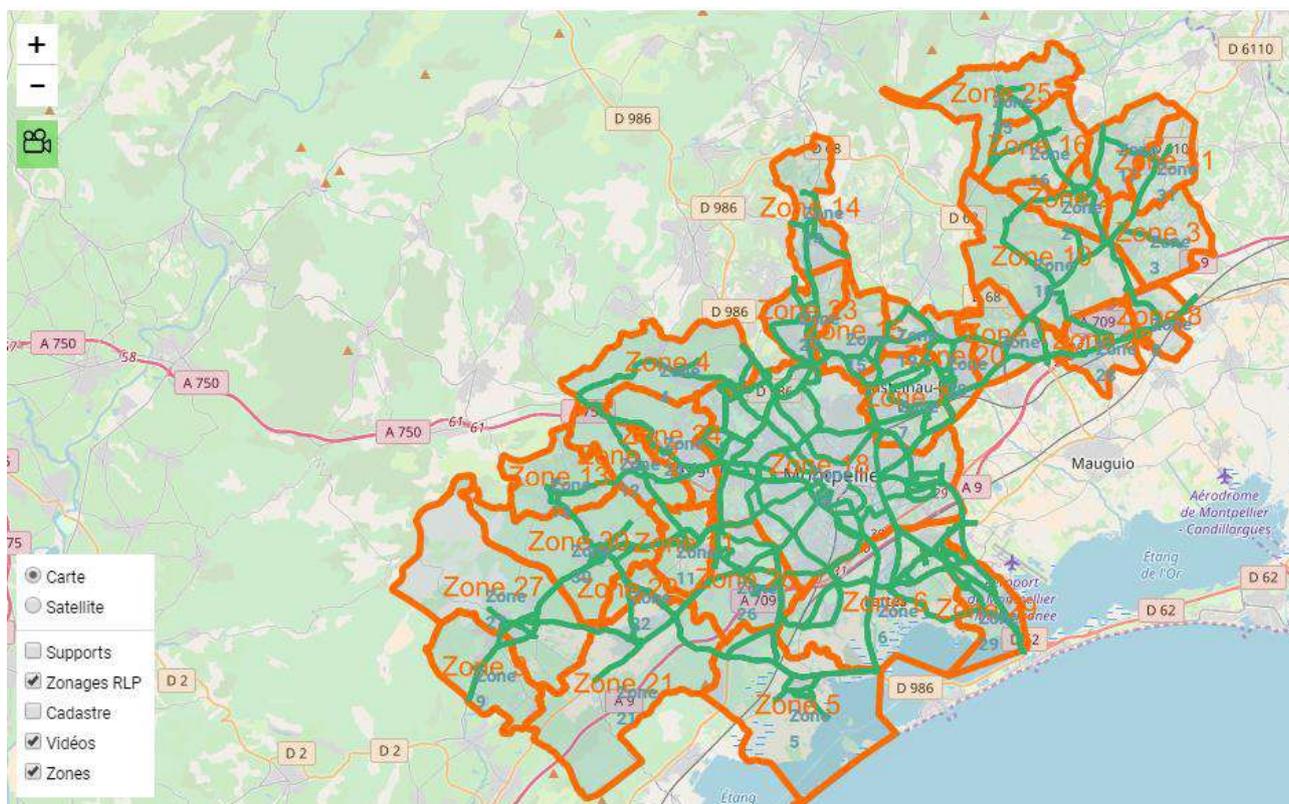
A.4 | Etat des lieux et enjeux publicitaires

A.4.1 | Etat des lieux général

A.4.1.1 | Localisation et caractéristiques des publicités et préenseignes présentes sur le territoire

Méthodologie d'inventaire

Un inventaire des publicités et préenseignes a été réalisé par le bureau d'études SOGEFI en mai 2018. Cet inventaire s'est porté sur les **axes routiers principaux** traversant les 31 communes de la métropole de Montpellier, représentant au total 400 km géoréférencés.

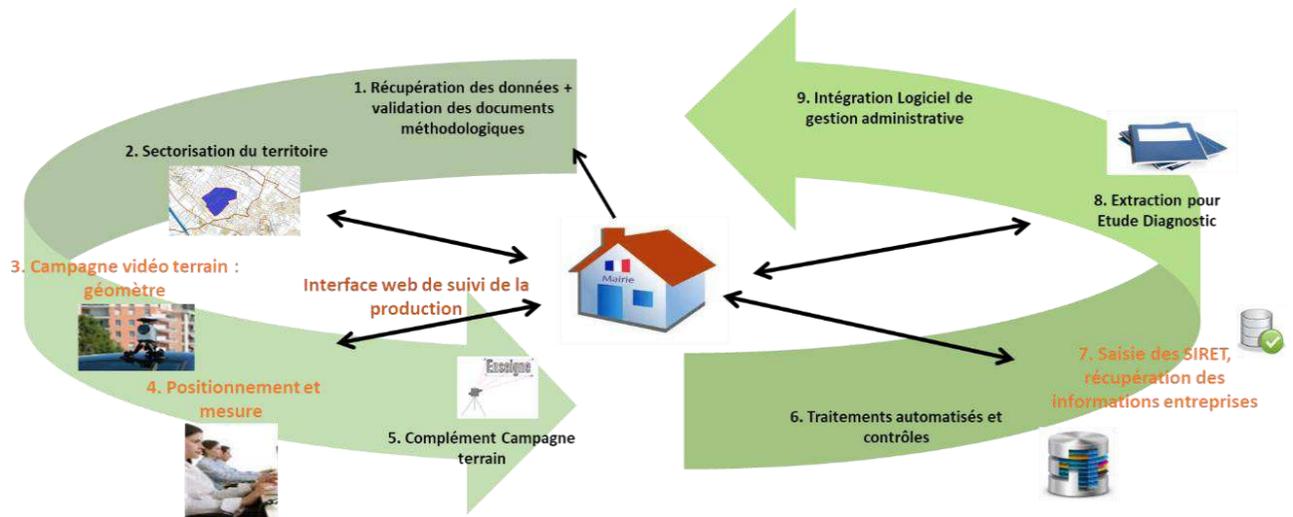


En vert les axes inventoriés

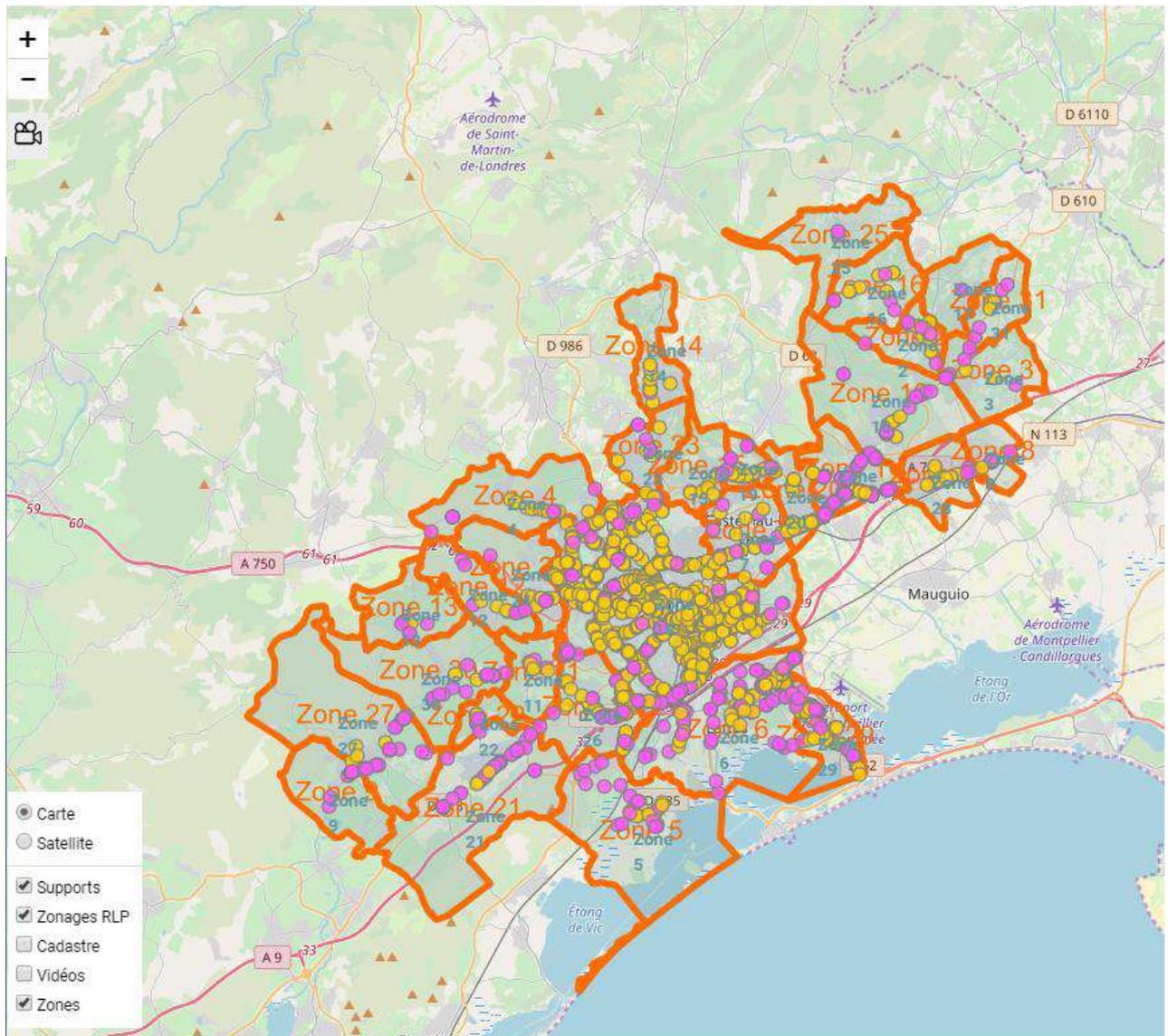
Ce recensement s'est porté sur les **publicités et préenseignes** et a permis de mettre en évidence les secteurs les plus touchés par la présence de ce type de dispositifs, ainsi que les caractéristiques de ces derniers.

Il a été réalisé à partir d'un relevé vidéo géoréférencée utilisant la technologie *ImajBox*. Pour chaque dispositif publicitaire ont été déterminées les caractéristiques suivantes :

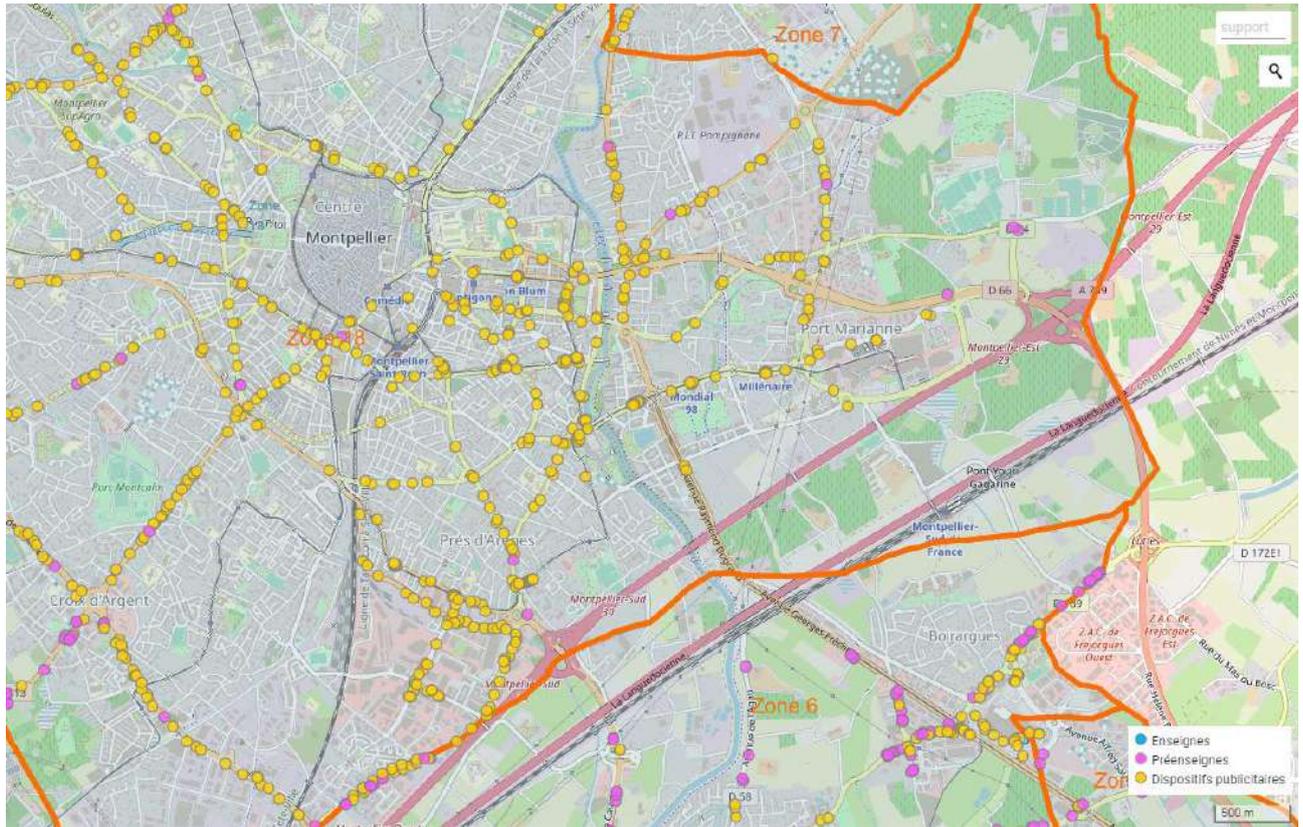
- Nom de l'annonceur
- Le type de dispositif (publique ou préenseigne)
- Le nombre de faces
- La hauteur et la largeur du support
- La surface de l'affiche publicitaire et son encadrement



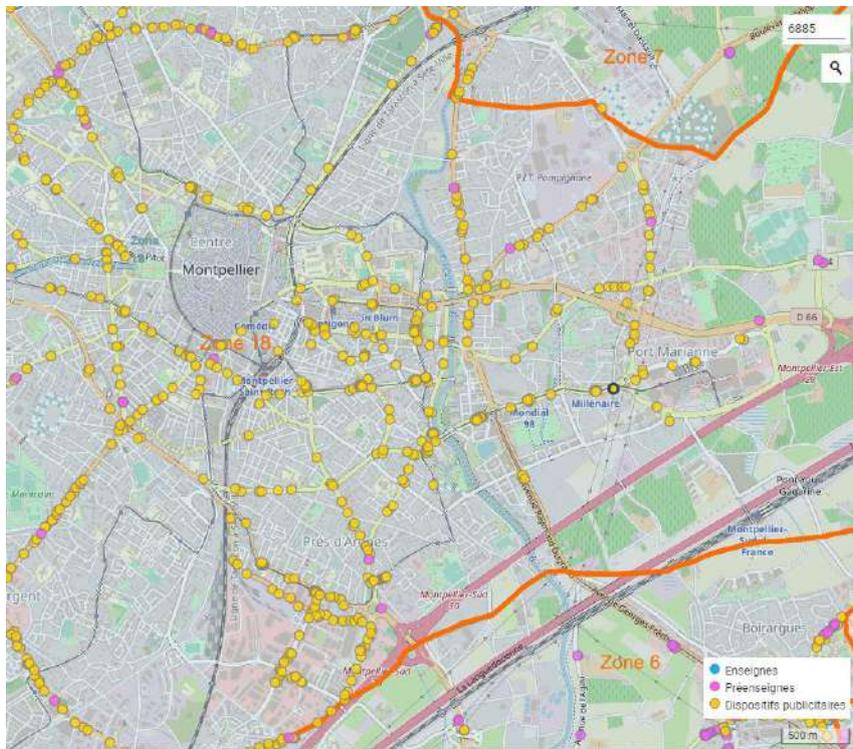
Méthodologie Imajbox



Extrait de l'inventaire publicitaire, données SOGEFI



Extrait de l'inventaire publicitaire, Zoom, données SOGEFI



Dispositif publicitaire



PISONI PUBLICITE

9050 F Routes de Vauguières 34000 MONTPELLIER

Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

Type de pose : Scellé au sol

numérique lumineux/éclairé variable déplaçable

Surface utile = 3,05 m x 2,20 m x 2 faces = 13,42 m²

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain

lettres sans fond mur ou gouttoir dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 5,00 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface totale = 3,40 m x 2,60 m = 8,84 m²

AFFICHER TOUS LES SUPPORTS DE L'ÉTABLISSEMENT

Extrait de l'inventaire publicitaire, Zoom sur l'analyse par support, données SOGEFI

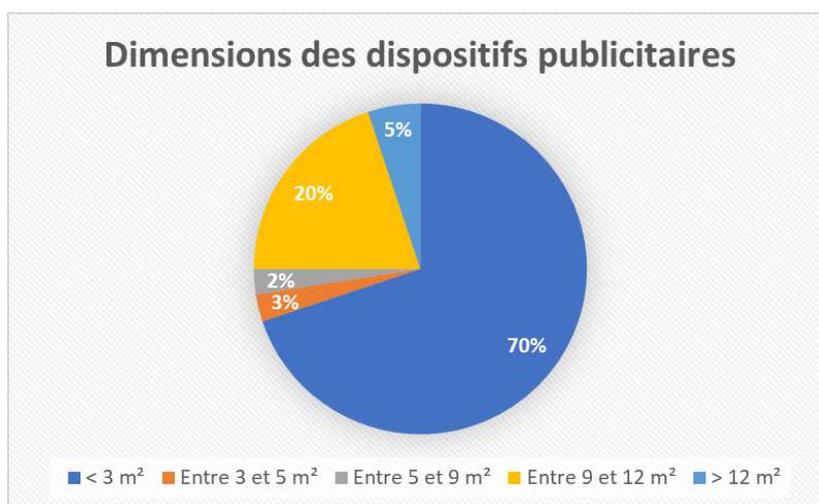
Statistiques



Au total, **2066 supports** ont été inventoriés sur les axes ayant fait l'objet du recensement. Ceux-ci représentent une **surface cumulée de 10 374 m² d'affiches publicitaires**, pour environ 488 établissements.

Près de 70 % des dispositifs inventoriés ont une surface unitaire inférieure à 3 m², encadrement compris. La très grande majorité de ces dispositifs sont des préenseignes.

Les dispositifs de 9 m² et plus représentent environ 25% des publicités et préenseignes.



Even Conseil

A noter que près de 5% des publicités et préenseignes inventoriés ont une surface supérieure à 12 m². Ces dispositifs ont vocation à disparaître, le futur RLPi ne pouvant autoriser une surface supérieure à 12 m² éléments d'encadrement compris (arrêts en conseil d'état de 2016 et 2017, requêtes n°395494 et n°408801). En effet, lorsque la surface maximale correspond à la réglementation nationale, celle-ci devra inclure les « moulures ». En effet, le conseil d'état du 6 octobre 1999 ainsi que celui du 20 octobre 2016, précisent qu'il convient de prendre en compte non pas la seule surface de la publicité mais l'ensemble de la structure.

Synthèse cartographique : principaux lieux d'implantation des publicités et préenseignes

Cet inventaire a mis en évidence les axes les plus touchés du territoire de la métropole de Montpellier. Ainsi, sont en particulier concerné par une forte densité d'affichage publicitaire :

- les abords de la D613, au niveau du Crès et de Vendargues (traversant notamment la zone commerciale du Crès et longeant la zone d'activité du Salaison) ;
- les abords de la N113 sur la traversée de Baillargues ;
- les abords de la D116 et de la D612 (Route de Sète) à Saint Jean de Védas, au niveau de la zone commerciale de la Condamine et de la ZAC du Rieucoulon ;
- les abords des D132 et de la rue de Montels Eglise à Montpellier, sur la traversée du secteur Garo Sud et Prés d'Arènes ;
- la zone commerciale Grand Sud / ZA de Boirargues, au niveau de Pérols et Lattes.

L'ensemble de ces axes constituent des portes d'entrée majeures du territoire, grandes pénétrantes urbaines : les 4 premières comme grandes pénétrantes depuis les sorties de l'autoroute A709, la dernière comme pénétrante depuis l'Aéroport de Muguio.

Les axes quadrillant la ville de Montpellier sont également concernés par la présence d'un grand nombre de panneaux publicitaires, en particulier :

- la D65, contournement Ouest de la commune,
- l'axe Avenue des Garrats/Rue Paul Rimbaud/Avenue Henri Mares/Avenue de la justice de Castelnaud, rejoignant la D65 à Castelnaud-le-Lez ;

Plusieurs **communes sont aujourd'hui globalement bien préservées de l'affichage publicitaire**. Ceci soit au regard des usages, soit au regard des règles applicables dans les RLP en vigueur. Il s'agit en particulier des communes de Montaud, Saint Drézéry, Beaulieu, Restinclières, Sussargues, Castries, Saint-Geniès-des-Mourgues, Saint-Brès, Clapiers, Montferrier-sur-Lez, Prades-le-Lez, Grabels, Juvignac, Saint-Georges d'Orques, Murviel-lès-Montpellier, Pignan, Cournonterral, Cournonsec, Saussan ; Lavérune, Villeneuve-lès-Maguelone et la partie résidentielle des agglomérations de Saint Jean-de-Védas et Pérols.

Les cartes d'état des lieux par commune identifient l'ensemble des dispositifs inventoriés sur chacune d'elles. Cf. annexes du présent document

Synthèse de l'état des lieux de l'affichage publicitaire sur Montpellier Méditerranée Métropole

Des secteurs à forte densité publicitaire

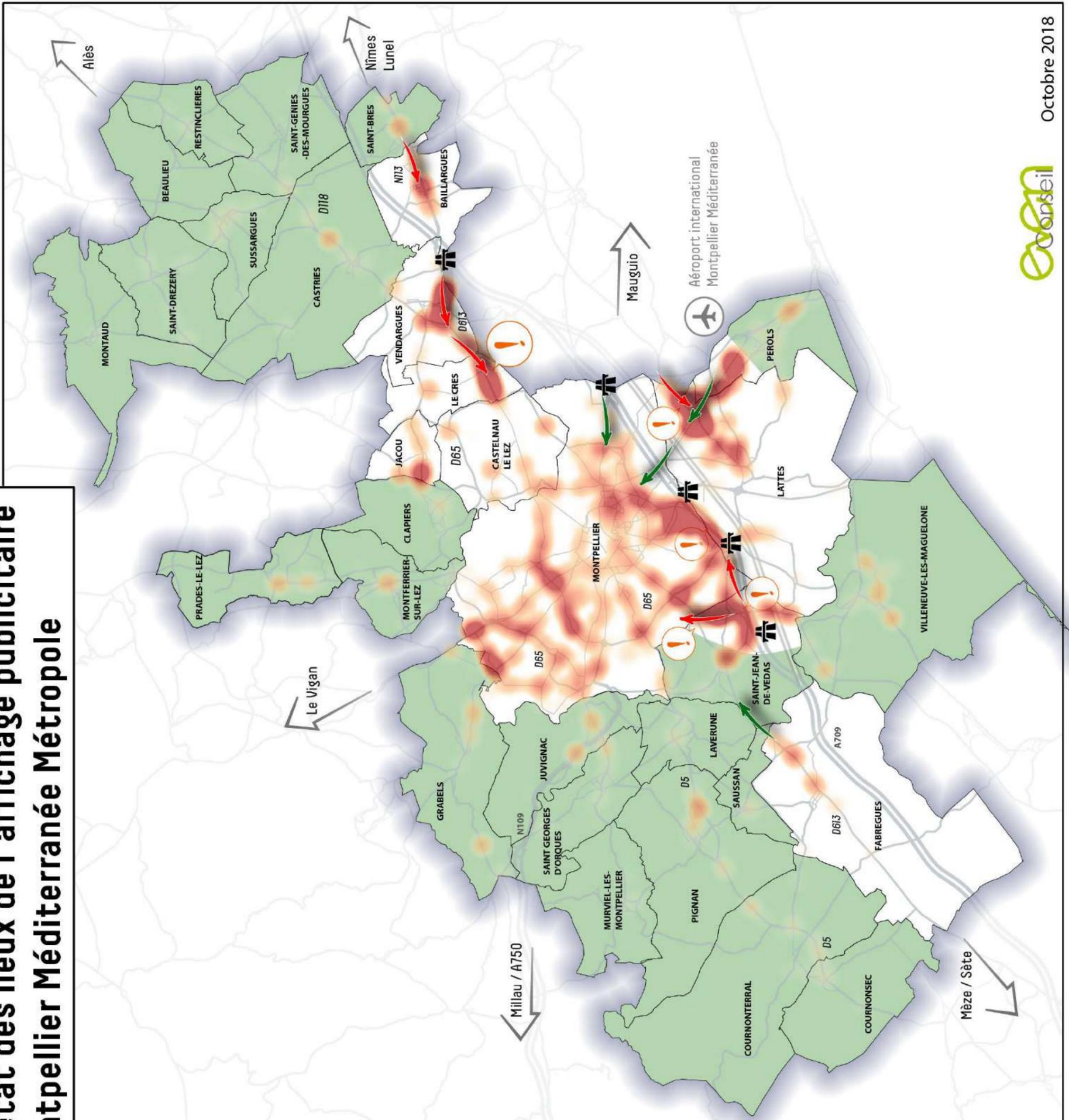
-  Tendances de la répartition des publicités et préenseignes pondérées par leur surface
-  Entrées et traversées urbaines principales du territoire métropolitain concernées par une forte densité publicitaire
-  Secteurs où l'affichage publicitaire se conjugue à une forte densité d'enseignes (zones commerciales)

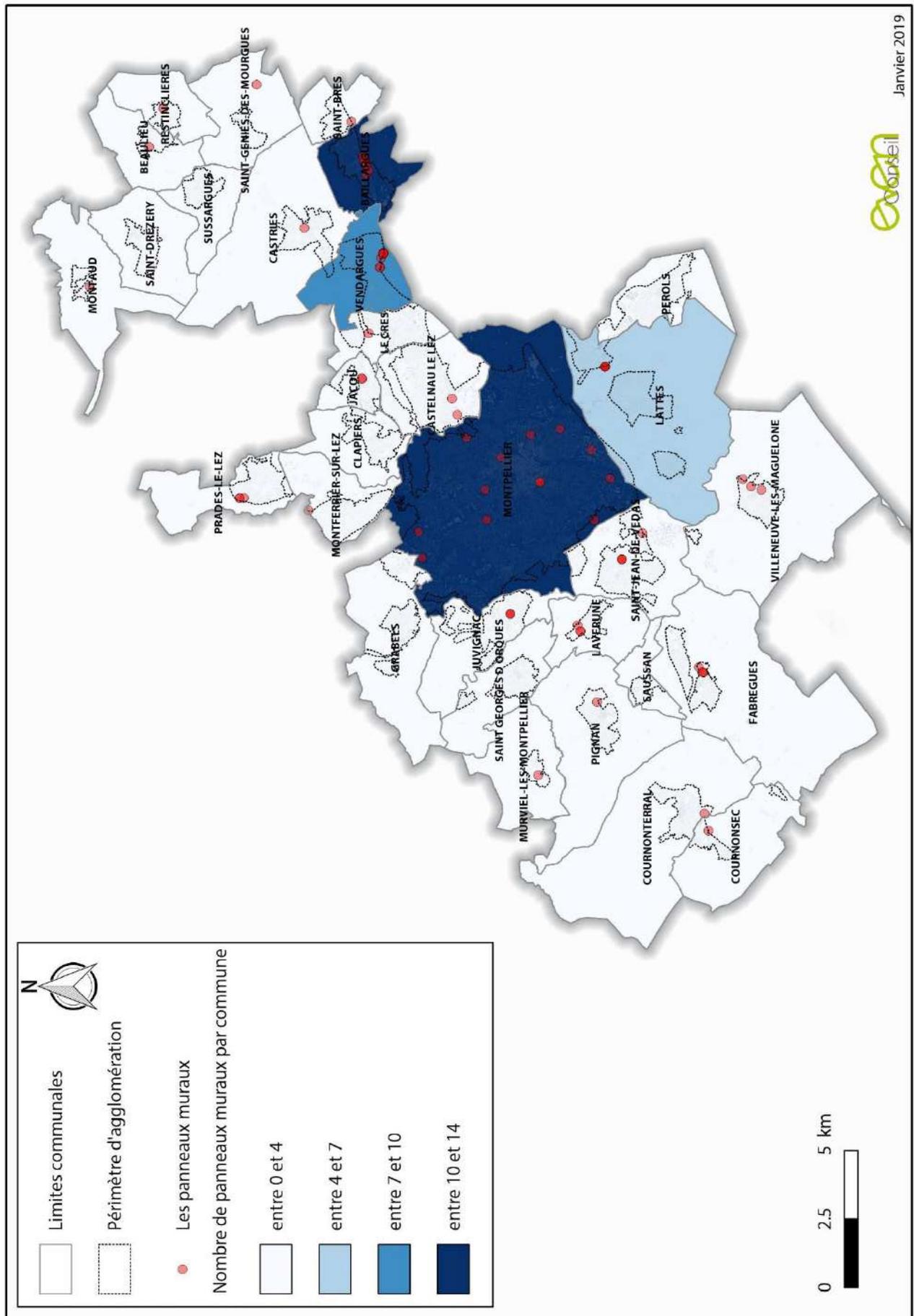
Des secteurs relativement bien préservés de l'affichage publicitaire mais présentant un potentiel de développement en l'absence de RLPI

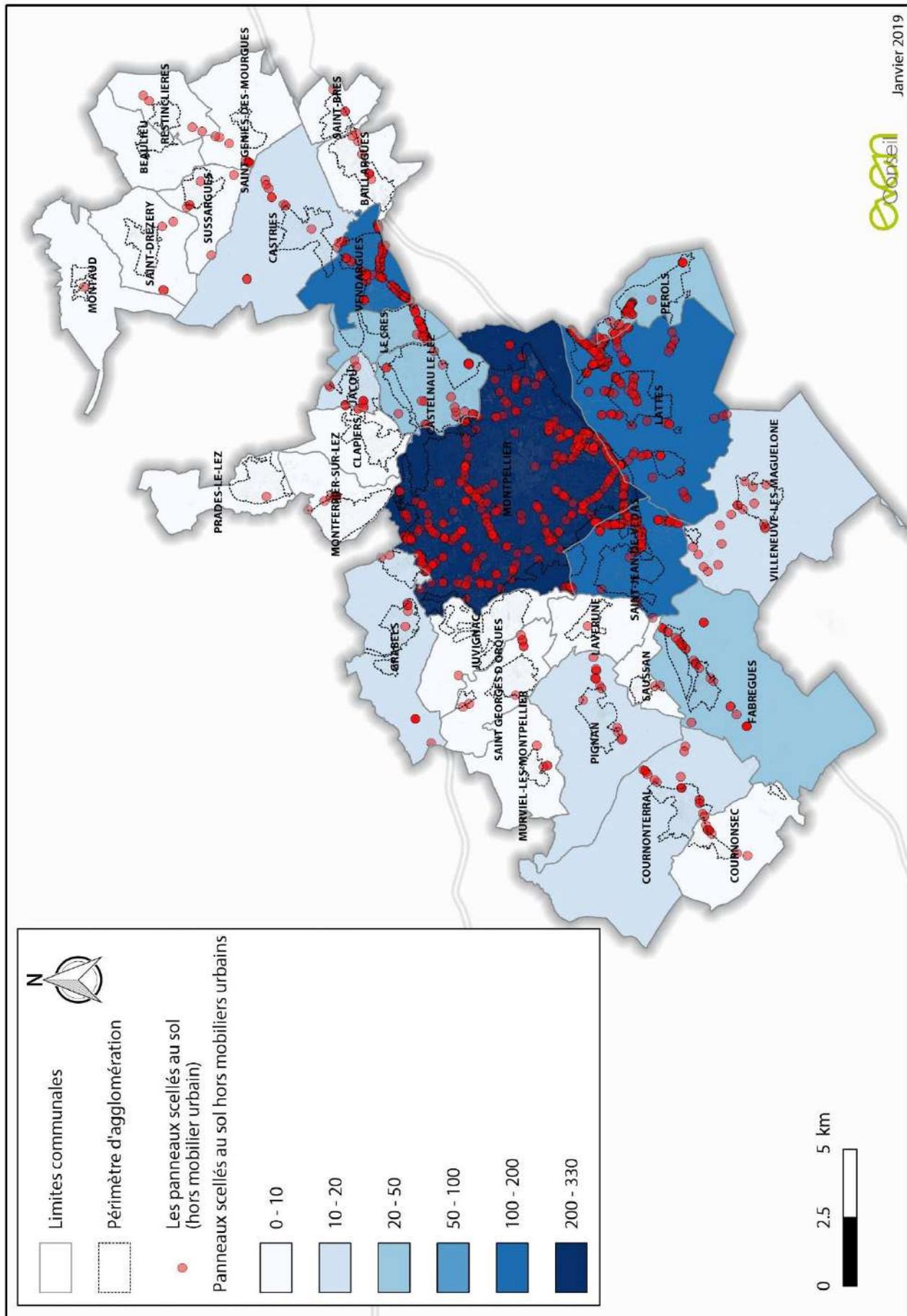
-  Communes dont les agglomérations ou parties d'agglomérations sont globalement bien préservées de l'affichage (impact visuel limité)
-  Entrées de ville particulièrement préservées de l'affichage publicitaire

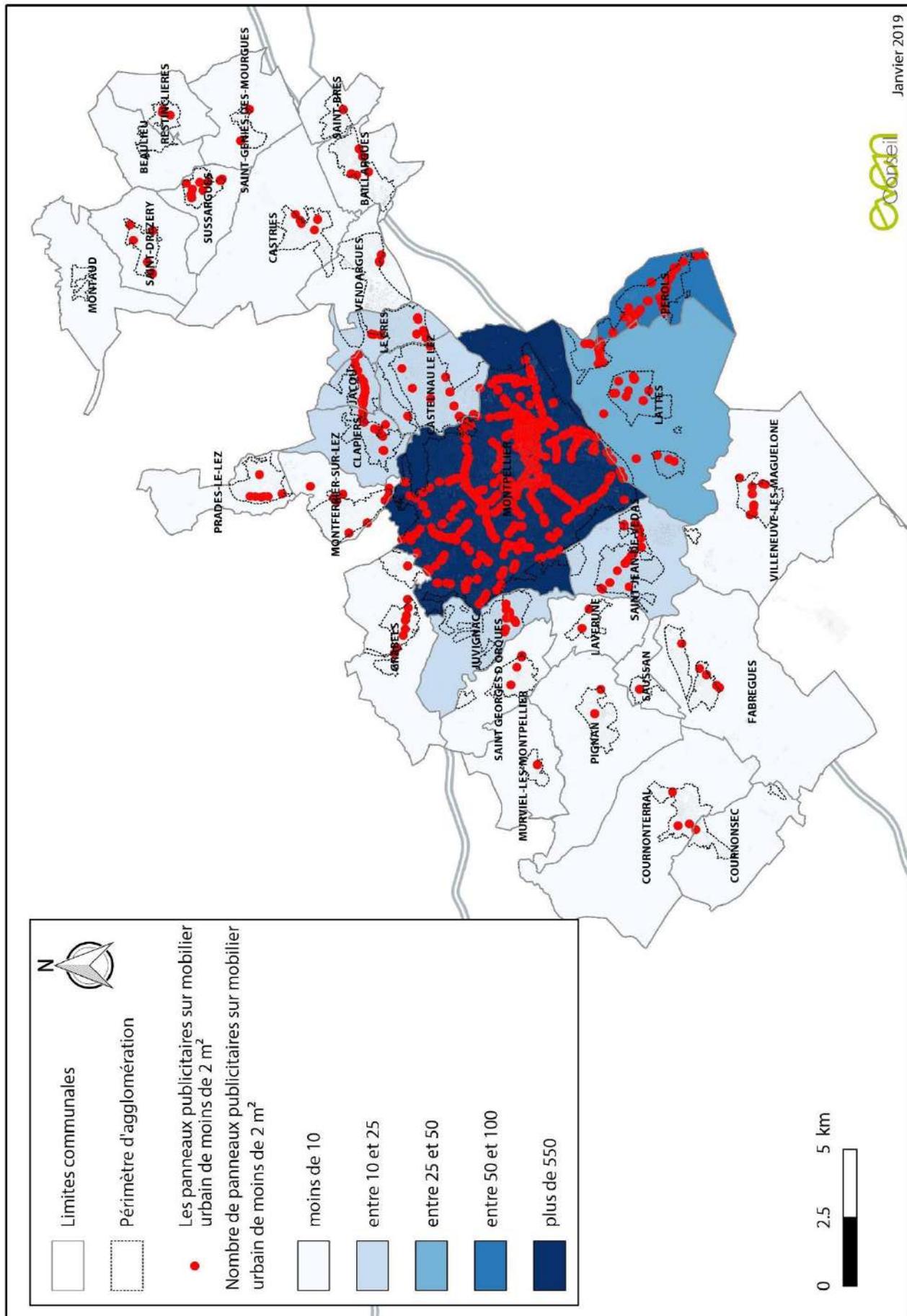
 Sorties d'autoroute

 Aéroport









A.4.1.2 | Localisation et caractéristiques des enseignes présentes sur le territoire

Synthèse cartographique : principaux lieux d'implantation des enseignes

Des enseignes sont identifiées sur l'ensemble des communes, avec une densité plus importante sur les pôles économiques structurants :

- Les centres-villes, centres-village
- Les pôles commerciaux de proximité
- Les zones d'activités commerciales
- Les zones industrielles

D'autres secteurs sont également concernés par la présence, plus ponctuelle, d'enseignes :

- les quartiers à vocation essentielles résidentielle, qui comptent un certain nombre d'activités isolées ;
- hors agglomération, où sont présentes un certain nombre de zones d'activités (essentiellement à vocation artisanale, logistique) mais également des activités isolées et activités agricoles.

Synthèse de l'état des lieux des enseignes sur Montpellier Méditerranée Métropole

Coeurs de ville > enseignes de petit format

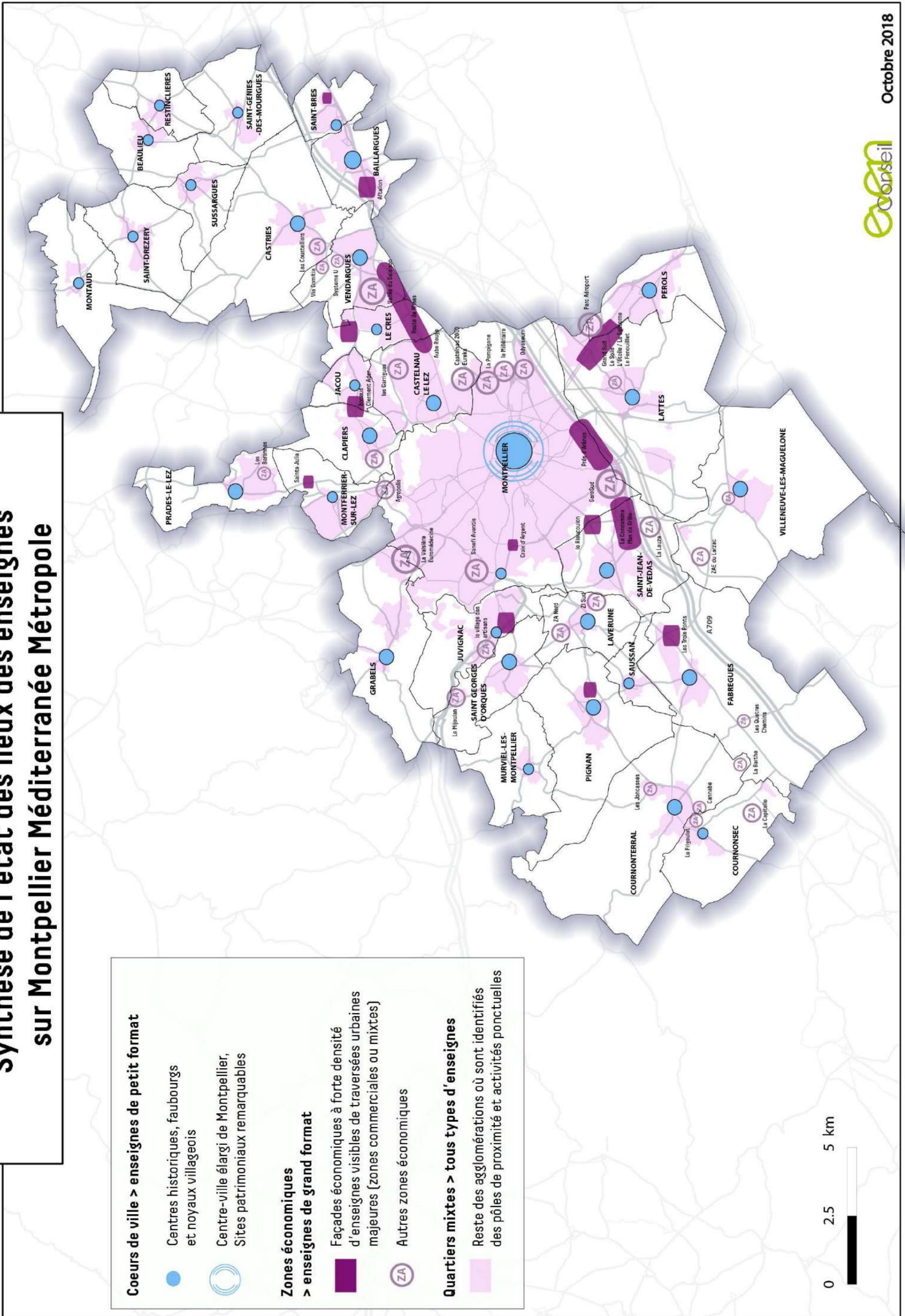
- Centres historiques, faubourgs et noyaux villageois
- Centre-ville élargi de Montpellier, Sites patrimoniaux remarquables

Zones économiques > enseignes de grand format

- Façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures (zones commerciales ou mixtes)
- Autres zones économiques

Quartiers mixtes > tous types d'enseignes

- Reste des agglomérations où sont identifiés des pôles de proximité et activités ponctuelles



A.4.2 | Conformité des dispositifs avec la réglementation nationale

Exemples de publicités / préenseignes non conformes rencontrées sur le territoire de Montpellier Métropole, ou qui ont vocation à ne plus l'être au moment de la caducité du RLP en vigueur

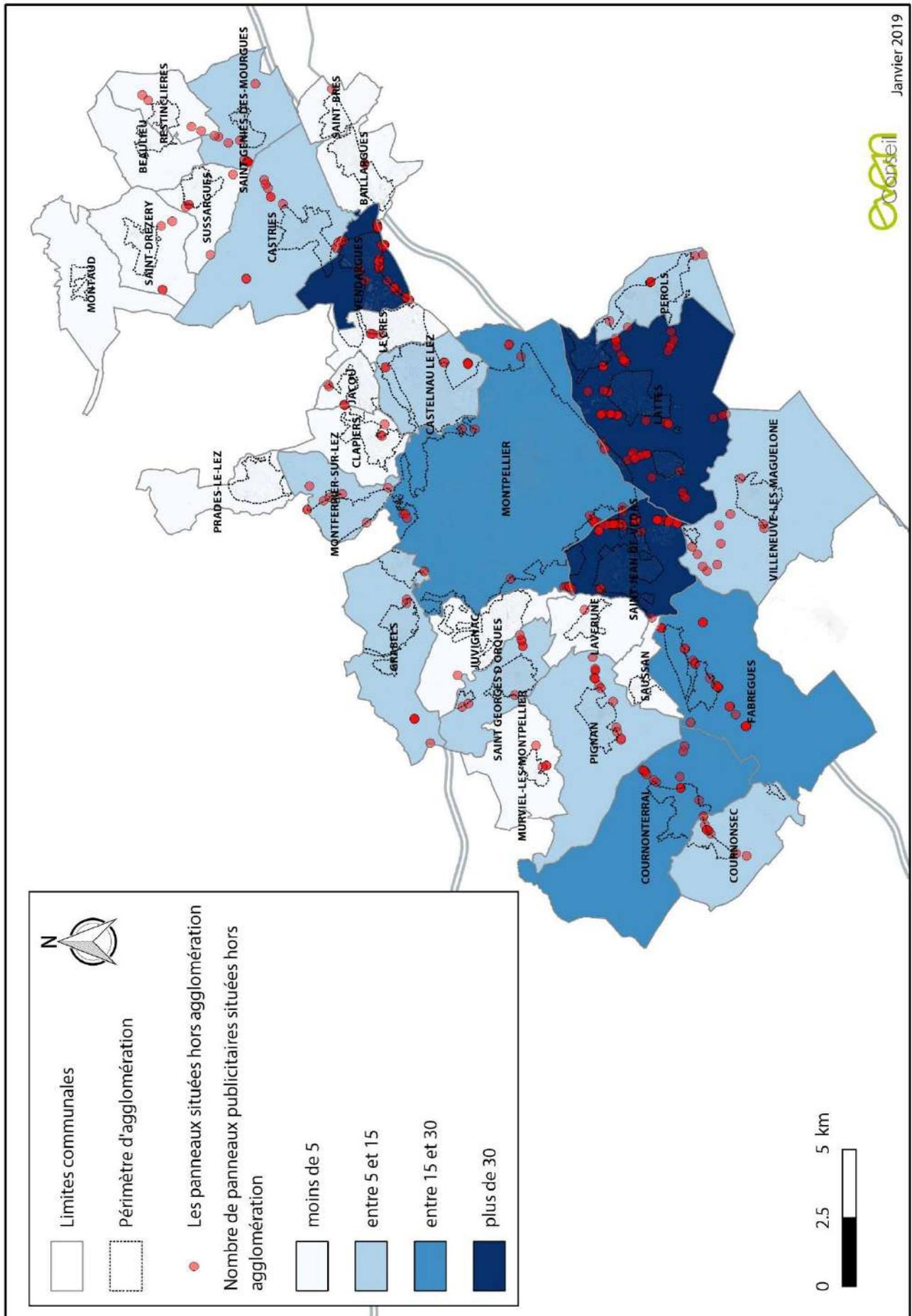
« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. » (L581-7 CE)





« Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, la publicité est interdite :
3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; » (R581-22 CE)





« Toute publicité est interdite :
4° Sur les arbres ; » (L581-4 CE)



« [...] la publicité est interdite :
1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière [...] » (R581-22 CE)



« I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première. » (R581-25 CE)



« Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m² [...] ». (R581-26 CE)

Exemple à Pignan et Baillargues, communes situées en dehors de l'unité urbaine de Montpellier.



Le format maximum des publicités et préenseignes murales et scellées au sol dans l'unité urbaine de Montpellier ne pourra dépasser 12m² dans le futur RLPi. Ce format s'étend moulures comprises. Aujourd'hui, un grand nombre de panneaux est de format 13,4 avec les moulures (12 m² affiche). Cf. arrêts en conseil d'état de 2016 et 2017, requêtes n°395494 et n°408801.

Sur les axes inventoriés, 77 dispositifs sont d'une surface unitaire supérieure à 12 m².

Exemples :

Source : base de données SOGEFI, octobre 2018



📍 2 Avenue Gustave Charpentier 34970 LATTES

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

📦 Type de pose : Scellé au sol

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 4,00 m x 3,00 m x 2 faces = **24,00 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettres sans fond mur ou égouttoit dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 5,00 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**



📍 9794 Route de Sète 34430 SAINT-JEAN-DE-VÉDAS

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

📦 Type de pose : Scellé au sol

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 4,00 m x 3,00 m x 2 faces = **24,00 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettres sans fond mur ou égouttoit dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 5,10 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**



📍 1260 Route de Nîmes 34920 LE CRÈS

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

📦 Type de pose : Scellé au sol

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 4,00 m x 3,00 m x 1 face = **12,00 m²**

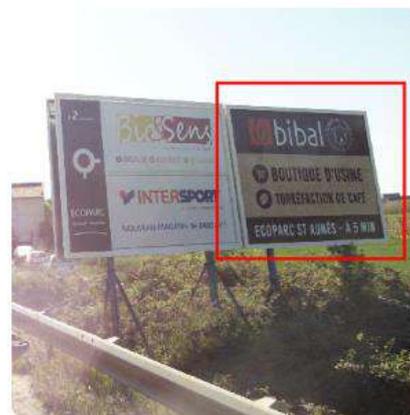
mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettres sans fond mur ou égouttoit dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 5,50 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**



📍 21 Allée des Acacias 34740 VENDARGUES

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

📦 Type de pose : Scellé au sol

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 4,00 m x 3,00 m x 2 faces = **24,00 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettres sans fond mur ou égouttoit dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 6,00 m

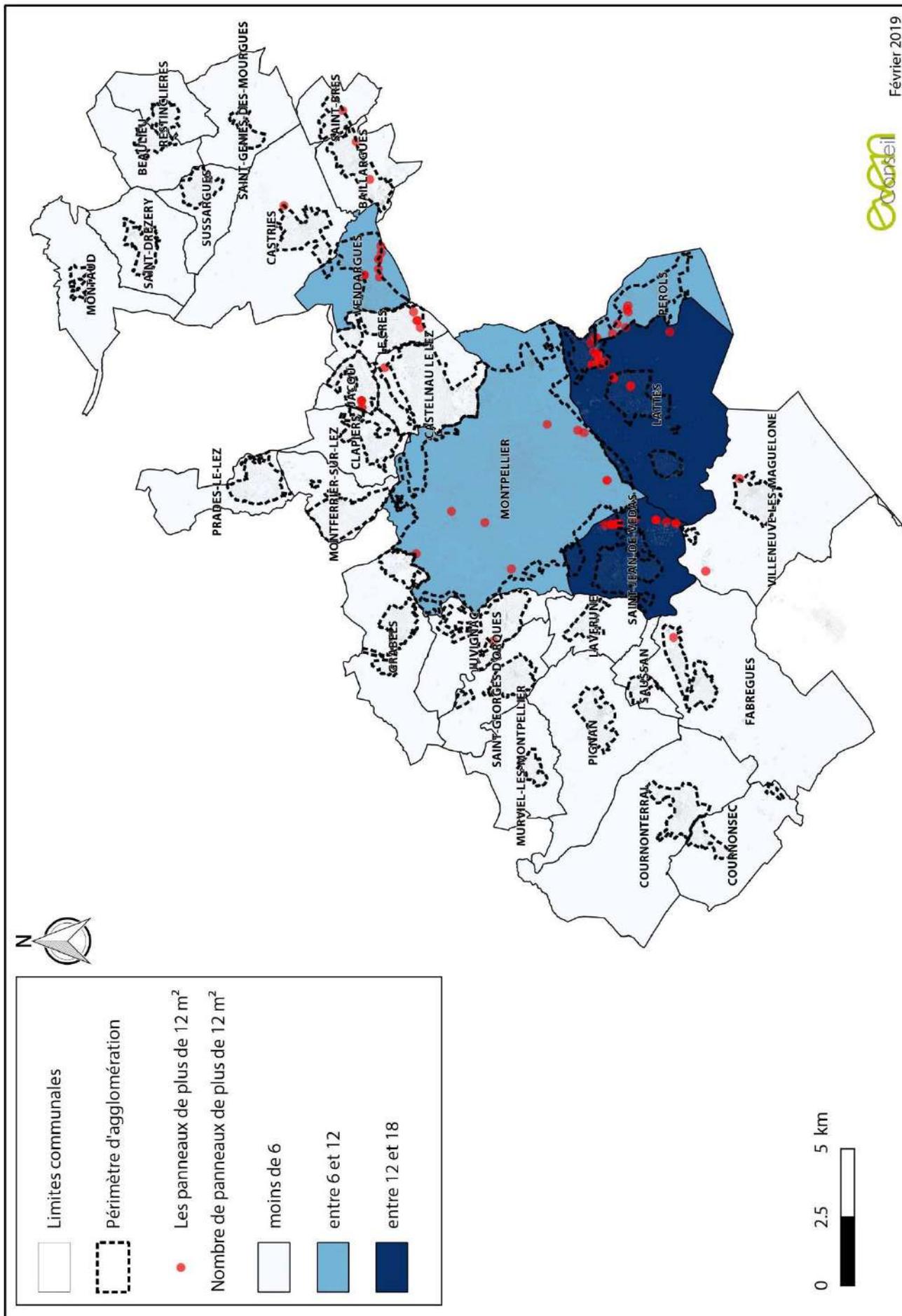
Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**

« La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du niveau du sol » (R581-27 CE)





Exemples d'enseignes non conformes rencontrées sur le territoire de Montpellier Métropole, ou qui ont vocation à ne plus l'être au moment de la caducité du RLP en vigueur

« Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés. » (R581-63 CE)

La surface cumulée des enseignes installées sur le pignon de la façade ci-dessous représente plus de 25% de la surface de cette façade.



« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. » (R581-60 CE)





« Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. » (R581-64)



« II. - Ces enseignes ne peuvent dépasser :
 1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;
 2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large. » (R581-65 CE)



La surface unitaire maximale des enseignes scellées ou installées directement sur le sol est de 6 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (R581-65 CE)

Exemple à Sussargues, Vendargues, Cournonterral, Fabrègues agglomérations de moins de 10 000 habitants.



« Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. » (R581-62 CE)



A.4.3 | Publicités et préenseignes : diagnostic par type de secteur

A.4.3.1 | Des entrées de ville et pénétrantes urbaines à forte densité publicitaire

Secteur(s) et communes concerné(s)

Plusieurs secteurs sont concernés par une forte prégnance visuelle de l’affichage publicitaire :

- les abords de la D613, au niveau du Crès et de Vendargues (traversant notamment la zone commerciale du Crès et longeant la zone d’activité du Salaison) : entrée Est du territoire métropolitain ;
- les abords de la N113 sur la traversée de Baillargues ;
- les abords de la D116 et de la D612 (Route de Sète) à Saint Jean de Védas, au niveau de la zone commerciale de la Condamine et de la ZAC du Rieucoulon ;
- les abords des D132 et de la rue de Montels Eglise à Montpellier et Lattes, sur la traversée du secteur Garo Sud et Prés d’Arènes ;
- la zone commerciale Grand Sud / ZA de Boirargues, au niveau de Pérols et Lattes.

L’ensemble de ces axes constituent des portes d’entrée majeures du territoire, grandes pénétrantes urbaines : les 4 premières comme grandes pénétrantes depuis les sorties de l’autoroute A709, la dernière comme pénétrante depuis l’Aéroport de Muguio.

Dispositifs publicitaires présents / dominants

Présence de panneaux publicitaires de grands formats, essentiellement scellés au sol, jusqu’à 13,44 m² de surface unitaire (encadrement compris), qui se succèdent le long des axes routiers, de part et d’autre des voies.

Points noirs paysagers

Une accumulation publicitaire qui marque fortement l’espace urbain et engendre **une 1^{ère} image peu qualitative du territoire** sur ces entrées de ville majeures, accessibles depuis les grands axes routiers (autoroutes, ...).

Sur les traversées de zones économiques, l’affichage publicitaire de grand format s’accumule à la densité élevée d’enseignes scellées au sol, qui se succèdent elles aussi le long des axes. Cette accumulation d’éléments visuels engendre sur ces secteurs :

- une fermeture du paysage, avec une forte empreinte visuelle des différents affichages (publicités, préenseignes, enseignes) ;
- une perte de lisibilité des différentes informations et messages ;
- une perte de lisibilité de certains bâtiments d’activité implantés le long de ces axes, qui se retrouve en second plan visuel.

Tendance d’évolution en l’absence de RLPI

- Sur les communes de Vendargues, Le Crès, Saint-Jean-de-Védas, Montpellier, Lattes et Pérols : **maintien des usages actuels**, globalement conformes aux dispositions de la réglementation nationale (possibilité d’installation de publicité jusqu’à 12 m², au sol et en façade). Disparition toutefois des dispositifs de format supérieur à 12 m², encore présents sur le territoire et qui ont vocation à se mettre à minima en conformité avec les récentes jurisprudences (12 m² moulures comprise et non pas format affiche).
- Sur la commune de Baillargues, situé en dehors de l’unité urbaine de Montpellier : **amélioration paysagère** engendrée par la seule mise en conformité avec la réglementation nationale qui impose un format maximum de 4 m² pour les publicités murales. Un certain nombre de dispositifs ont donc d’ores et déjà vocation à disparaître.

Enjeu

- Amélioration de l'image de ces portes d'entrée et traversées urbaines majeurs de la métropole, vitrines du territoire.
- La lisibilité des messages publicitaires et des activités économiques sur ces secteurs à forte densité d'affichage.

Exemples de dispositifs présents sur le territoire et de leur impact visuel

Axe Vendargues, Le Crès (D613) : entrée Est du territoire





*Abords des D132 et de la rue de Montels Eglise à Montpellier et Lattes,
traversée du secteur Garo Sud et Prés d'Arènes*



Abords de la D116 et de la D612 (Route de Sète) à Saint Jean de Védas,
traversée de la zone commerciale de la Condamine



Zone commerciale de Lattes/Pérols





Axe RN113



A.4.3.2 | Des secteurs présentant plus ponctuellement de l’affichage publicitaire (densité modérée)

1 / Axes routiers

Secteur(s) et communes concerné(s)

- Lattes : agglomération principale
- Fabrègues : le long de la D113
- Jacou : le long de la D112 (avenue de Vendargues)
- Castelnau-le-Lez : avenue de l’Europe et avenue Georges Frêche
- Montpellier : majorité des grands axes quadrillant la commune

Dispositifs publicitaires présents / dominants

Présence globalement ponctuelle de dispositifs publicitaires muraux et scellés au sol de plus ou moins grande dimension (jusqu’à 13,44 m² identifiés).

Présence également d’affichage sur mobilier urbain (tous types) et affichage temporaire.

Sur les grandes pénétrantes urbaines de la ville de Montpellier, l’affichage publicitaire de 8 m² sur mobilier urbain constitue le dispositif dominant (en lien avec ce qui est autorisé dans le RLP en vigueur).

Point noir paysager

Les points noirs résident essentiellement dans les formats des dispositifs publicitaires rencontrés sur certains secteurs. En effet, sur des communes au caractère périurbain ou rural (Fabrègues, Lattes, en discontinuité de la ville de Montpellier) ou au cœur de quartiers résidentiels, l’affichage de grand format (> 8 m²) peut sembler :

- peu adapté à l’identité de l’agglomération concernée,
- peu adapté à la vocation résidentielle de certains secteurs, à l’écart des grands axes et des zones économiques,
- peu adapté à l’emprise visuelle du paysage urbain, le long d’axes secondaires, rues.

Sur la ville Montpellier, l’impact visuel de l’affichage sur les grands axes de la commune (hors secteur Prés d’Arènes) reste relativement modéré, avec :

- une densité qui reste limitée en comparaison à ce qui peut être rencontré sur d’autres territoires. Cette situation est en grande partie liée à l’application du RLP en vigueur, qui encadre de façon significative le type de support autorisé et leur densité.
- des dimensions globalement cohérentes avec le profil des voies

Tendance d’évolution en l’absence de RLPi

➤ **Maintien des usages actuels**, globalement conformes aux dispositions de la réglementation nationale sur ces communes de l’unité urbaine de Montpellier (possibilité d’installation de publicité jusqu’à 12 m², au sol et en façade). Disparition toutefois des dispositifs de format supérieur à 12 m², encore présents sur le territoire et qui ont vocation à se mettre à minima en conformité avec les récentes jurisprudences (12 m² moulures comprise et non pas format affiche). Mais également **possible densification publicitaire** le long des axes ou dans les quartiers concernés, au regard des possibilités offertes par la réglementation nationale.

➤ **Densification publicitaire sur la ville de Montpellier**, avec la caducité des dispositions du RLP en vigueur. En effet, le long des grandes pénétrantes et radiales, le RLP en vigueur joue un rôle majeur dans la régulation de l’affichage publicitaire :

- en ZPR3A (grandes voies), le RLP limite la publicité scellée au sol à 2m², les grands formats sont réservés à l’affichage sur mobilier urbain et la publicité murale, et toute publicité est interdite sur les unités foncière d’une longueur bordant la voie inférieure à 50m.
- en ZPR4 (radiales), toute publicité est interdite sur les unités foncière d’une longueur bordant la voie inférieure à 50m.

Enjeu

- La valorisation du cadre de vie dans les quartiers : adaptation des formats ?
- La préservation de l’images des portes d’entrées et traversées urbaines majeures de la ville de Montpellier, le long desquelles la densité et la surface publicitaire est aujourd’hui relativement bien encadrée.

Exemples de dispositifs présents sur le territoire

Lattes



Fabrègues



Jacou



Castelnau-le-Lez



Montpellier

**D65 – Sortie
Montpellier
Ouest > La
Croix
d’Argent**

Av. du Colonel
Pavelet



**Av. de Toulouse
Accès vers le centre-ville**



**D65 – La
Croix
d’Argent >
Les Cévennes**

Av. des Vanières
Av. de la Recambale



Montpellier

**Les Cévennes
> Le Pont
(Castelnaud)**

Av. Henri Mares
Av. de la Justice de
Castelnaud



**D65
Plan des
Quatre
seigneurs >
Celleneuve**



**Entrée Est de
Montpellier**

Av. François
Delmas



**Entrée Sud-Est de Montpellier
Av. Pierre Mendès France**



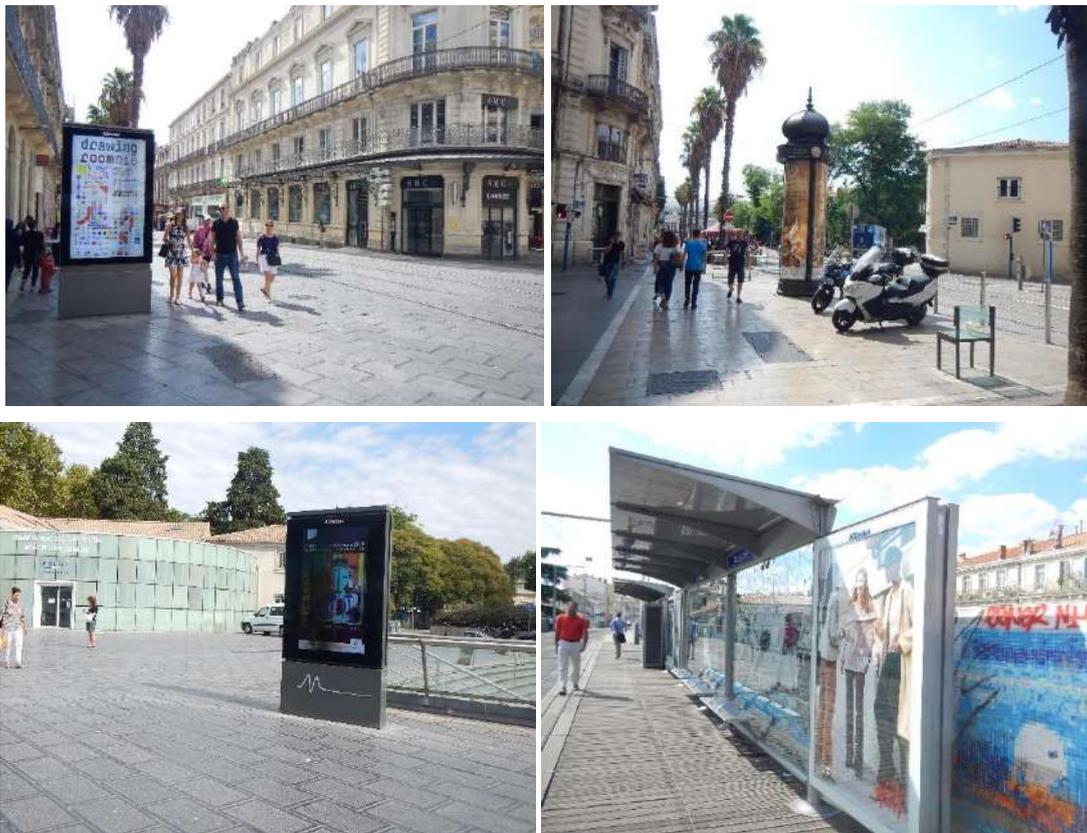
2 / Les centres-villes de Montpellier et Lattes

Dispositifs publicitaires présents / dominants

Présence d’affichage sur mobilier urbain type « sucettes », abris voyageurs et colonnes porte-affiche. En dehors des colonnes porte-affiches, la surface maximale rencontrée est du 2 m² (dimension affiche) sur Montpellier. Plusieurs dispositifs sont numériques. Lattes dispose d’un dispositif numérique de 12 m² dans le centre-ville.

Présence également de chevalets mobiles, installés à proximité des commerces (affichage de menus, ...). Ces panneaux constituent des dispositifs publicitaires « installés directement sur le sol » identifiés dans le code de l’Environnement (devenant des enseignes s’ils sont placés sur les espaces où l’activité bénéficie d’une autorisation d’occupation du domaine public (terrasses de restaurant, ...)).

Exemples d’affichages sur mobilier urbain rencontrés sur le centre-ville de Montpellier



Exemples d’affichages sur mobilier urbain rencontrés sur le centre-ville de Lattes



Exemples de dispositifs installés directement sur le sol rencontrés sur le centre-ville de Montpellier



Atouts paysager / patrimoniaux

Le centre-ville de Montpellier constitue un secteur à forte valeur architecturale, concerné par plusieurs sites patrimoniaux remarquables.

Points noirs paysagers

Pas de grands points noirs identifiés. La surface publicitaire reste cohérente avec les caractéristiques urbaines du secteur et la nécessaire intégration au patrimoine architectural.

Tendance d'évolution en l'absence de RLPI

En l'absence de RLPI :

- **Disparition de tout type d'affichage**, le centre historique étant couvert par plusieurs « sites patrimoniaux remarquables » et donc concerné par l'article L581-8 du code de l'Environnement.

Si maintien des dispositions du RLP en vigueur :

- **Maintien des supports d'affichage existants** par l'introduction de la dérogation à l'article L581-8 du code de l'Environnement.

Enjeu

- **La qualité des secteurs remarquables : préservation de l'identité du centre historique, de la qualité des espaces publics, de la lisibilité du patrimoine architectural.**

A.4.3.3 | Des secteurs relativement bien préservés de l’affichage publicitaire

Secteur(s) et communes concerné(s)

Communes de la 3^e couronne métropolitaine : Montaud, saint Drézéry, Beaulieu, Restinclières, Sussargues, Saint-Geniès-des-Mourgues, Saint-Brès, Cournonsec, Murviel-lès-Montpellier.

Certaines communes de la 1^{er} et 2^e couronne : Castries, Clapiers, Montferrier-sur-Lez, Prades-le-Lez, Grabels, Juvignac, Saint-Georges d’Orques, Lavérune, Saussan, Pignan, Cournonterral, Villeneuve-lès-Maguelone et la partie résidentielle des agglomérations de Saint Jean-de-Védas et Pérols.

Montpellier : route de la Mer, route de Boirargues et avenue Mendès France, certains quartiers comme Port Marianne.

Dispositifs publicitaires présents / dominants

Secteurs relativement bien préservés de l’affichage publicitaire. Absence d’affichage ou présence très ponctuelle de dispositifs de plus ou moins grand format, dont l’affichage sur mobilier urbain (en particulier les « sucettes », et abris voyageurs, ...).

Cette situation est liée aux usages (les communes éloignées des grands pôles commerciaux les rendent moins attractives d’un point de vue publicitaire) ou aux dispositions relativement contraignantes des RLP en vigueur pour les communes de Juvignac, Saint-Jean-de-Védas (1^{ère} couronne de la métropole) et Montpellier. En effet :

- En dehors de la zone commerciale de Juvignac, le RLP communal autorise uniquement l’affichage sur mobilier urbain (2 m²) le long des principaux axes ; toute publicité est interdite en zone résidentielle.
- En dehors de la zone commerciale de Saint-Jean-de-Védas, le RLP communal autorise uniquement l’affichage sur mobilier urbain dans l’agglomération, de format 2 m².
- A Montpellier, toute publicité est interdite le long de l’avenue Mendès France, l’avenue Raymond Dugrand (=avenue de la Mer dans le RLP) et la route de Boirargues.

Atouts paysagers/patrimoniaux identifiés

- L’identité villageoise de certaines communes, mise en valeur par une très faible pression publicitaire.
- Des cônes de vue sur les villages ou le grand paysage, préservés de la publicité.

Tendance d’évolution en l’absence de RLPi

- Des usages conformes aux dispositions de la réglementation nationale
- Possible développement de l’affichage publicitaire :
 - Hors unité urbaine de Montpellier : sur façades de bâtiments et murs de clôture, jusqu’à 4 m²
 - Dans l’unité urbaine de Montpellier : tous types, jusqu’à 12 m².
- Réduction du format des dispositifs existants sur certaines communes hors Unité urbaine de Montpellier (Pignan ...) : passage de 12 à 4 m² (réglementation nationale).

Enjeu

- La préservation du cadre de vie dans les agglomérations aujourd’hui globalement bien préservées de l’affichage publicitaire. Ceci en particulier là où la pression publicitaire peut augmenter du fait du développement ou de la requalification de pôles d’équipements et de commerces :
 - Vigilance le long de la D5 sur Cournonsec, Cournonterral et Pignan, du fait du développement du pôle commercial de Pignan.

- Vigilance le long de la D610 sur Castries, du fait de l'extension du pôle d'activité des Cousteliers.
- Avenue Mendès France et la route de la mer : la préservation de l'image des portes d'entrées et traversées urbaines majeures de la métropole, vitrines du territoire. Enjeu renforcé par le projet Ode à la Mer et la mise en service de la nouvelle gare TGV, nouvelle porte d'entrée du territoire.



*Exemples de dispositifs ponctuellement rencontrés sur les communes concernées
Beaulieu, Saint-Geniès-des-Mourgues, Saint-Drézéry*



Restinclières



Sussargues



Saint-Brès, Cournonsec



Clapiers, Pérols, Saint-Jean-de-Védas



Juvignac, Grabels, Saint-Georges d'Orques



Murviel-lès-Montpellier, Cournonterral, Lavérune



Castries, Pignan



Prades-le-Lez, Villeneuve-lès-Maguelone



Montpellier : route de la Mer et avenue Mendès France

**D21 – Axe
Lattes >
Montpellier**

Arrivée sur Port
Marianne

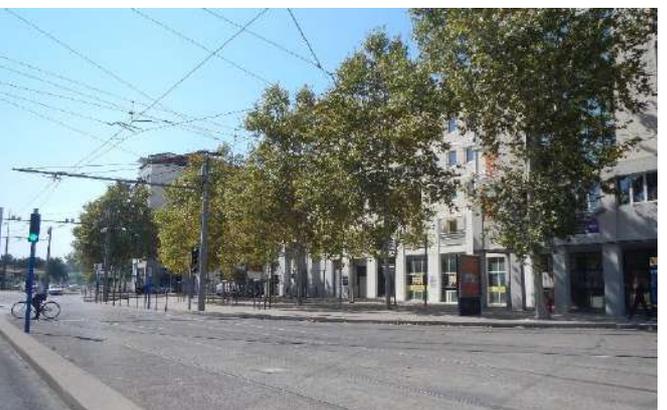


**D65 – Sortie
Montpellier
Ouest > La
Croix
d'Argent**

Av. du Colonel
Pavelet



Quartiers de Port Marianne :





A.4.4 | Enseignes : diagnostic par type de secteurs

A.4.4.1 | Les enseignes en secteurs à forte valeur paysagère et patrimoniale

1 / Les cœurs de ville

Caractéristique de ces secteurs :

Sont concernés :

- Secteur historique, à forte valeur/identité architecturale : le centre-ville de Montpellier, qui regroupe quatre sites patrimoniaux remarquables,
- Les centres anciens, noyaux villageois et faubourgs,

Dans ces secteurs, les enseignes jouent un rôle majeur dans la perception du patrimoine architectural de ces cœurs historiques.

Type d'enseignes présentes

- Essentiellement enseignes en façade : à plat ou de type potence/drapeau
- Sur auvents, stores-banne, parasols
- Quelques enseignes au sol (chevalets mobiles) sur le périmètre d'autorisation d'occupation du domaine public (considérées ici comme « enseignes »)
- Des enseignes très diversifiées en matériaux, coloris et type de lettrages utilisés

Atouts paysagers/patrimoniaux identifiés

- Les centres historiques constituent des espaces à forte valeur architecturale et patrimoniale.
- Plusieurs enseignes de qualité, qui s'intègre de façon harmonieuse au bâti : notamment lettres peintes en façade ou lettrages fixés directement sur les façades (qui limitent l'emprise sur le bâti) :
 - des enseignes en potences et drapeaux,
 - des enseignes sous forme de lettrages fixés directement sur la façade,
 - des enseignes peintes sur devanture bois ou directement sur la façade,
 - des enseignes sur auvents, stores, relativement discrètes.

Points noirs paysagers

- Des enseignes parfois peu qualitatives, qui peuvent impacter la qualité architecturale du site :
 - des enseignes sur garde-corps de balcon, éléments d'architecture,
 - des couleurs parfois peu harmonieuses avec le bâti,
 - un nombre ou une surface d'enseignes qui peut engendrer une surdensité visuelle,
 - une dimension d'enseignes parfois peu harmonieuse avec la surface de la façade,
 - des dispositifs en potence et drapeau installés aux étages, qui brouille parfois la lisibilité de la façade,
 - des enseignes en drapeau/potence installées au-dessus des ouvertures, qui impactent la perception des ouvertures, ...

Tendance d'évolution en l'absence de RLPi

> Globalement maintien des dispositifs en place, conformes à la réglementation nationale.

> De nouvelles enseignes soumises à l'avis de l'architecte des bâtiments de France dans les sites patrimoniaux remarquables et les périmètres autour des monuments historiques.

Enjeu

- La qualité des secteurs remarquables ou d'intérêt : préservation de l'identité des centres historiques, de la lisibilité du patrimoine architectural.

*Exemples d'enseignes de qualité rencontrées sur le territoire, s'intégrant de façon harmonieuse au bâti :
Des enseignes en potences et drapeaux*



Des enseignes sous forme de lettrages fixés directement sur la façade





Des enseignes peintes sur devanture bois ou directement sur la façade



Des enseignes sur auvents, stores, relativement discrètes



Exemples d'enseignes moins qualitatives, qui peuvent impacter la qualité architecturale du site

Des enseignes sur garde-corps de balcon



Des couleurs parfois peu harmonieuses avec le bâti





Un nombre ou une surface d'enseignes qui peut engendrer une surdensité visuelle





Une dimension d'enseignes parfois peu harmonieuse avec la surface de la façade



Des dispositifs en potence et drapeau installés aux étages



Des enseignes en drapeau/potence installées au-dessus des ouvertures



Des porte-drapeaux fixés aux façades et des enseignes sur « barrières », installées au sol



Exemples d'autres enseignes rencontrées dans les centres historiques du territoire

Des enseignes apposées parallèlement à la façade commerciale, sous forme de bandeau







Présence d'enseignes lumineuses (exemple Montpellier)



1/ Les façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Communes concernées

Baillargues : par d'activité Aftalion, ZAE La Biste.

Fabrègues : ZA des Trois Ponts

Jacou et Clapiers : zone commerciale Bocaud/ Clerment Ader

Juvignac : « triangle » commercial entre la route de Saint Georges d'Orques et l'allée de l'Europe

Le Crès : zone d'activité nord, autour de Carrefour Market/Leclerc

Pérols et Lattes : ZAE du Fenouillet, parcs d'activité Le Solis, L'étoile, La Salicorne et zone commerciale Grand Sud,

Pignan : façade commerciale le long de la D5

Montferrier-sur-Lez : ZAC Sainte Julie

Montpellier et Lattes : zone économiques des Prés d'Arènes, pôle commerciale de la Croix d'Argent.

Saint Brès : zone commerciale Est

Saint Jean de védas : zone commerciale de la Condamine, ZAC du Mas de Grille, ZAC du Rieucoulon.

Vendargues, Le Crès, Castelnaud-le-Lez : zones commerciales Route de Nîmes et Aube Rouge, frange de la zone industrielle du Salaison.

Caractéristiques des secteurs

Secteurs à vocation essentiellement économique que traversent des axes d'entrée de ville ou pénétrantes urbaines majeures des communes. Une grande partie des façades commerciales donnent à voir sur ces traversées urbaines, perçues donc à la fois par la population venant spécifiquement fréquenter la zone (achats, ...) mais également par une population de transit (habitants, touristes, ...).

Ils font partie des secteurs fortement perçus du territoire où existent généralement déjà de forts enjeux en matière d'affichage publicitaire.

Dispositifs publicitaires présents / dominants

Diversité de dispositifs rencontrés. Essentiellement :

- Enseignes en façade et sur toiture.
- Enseignes au sol, de grandes dimensions, dont une grande partie a le profil de publicité au regard de leur format. Des totems mutualisés sont identifiés.
- Enseignes sur clôtures.

Points noirs paysagers

Les points noirs paysagers concernent plusieurs types d'enseignes :

- Les enseignes scellées au sol, souvent en grand nombre et de grande dimension, qui, cumulées à la présence de panneaux publicitaires, engendrent :
 - o une fermeture du paysage, avec une forte empreinte visuelle des différents affichages (publicités, préenseignes, enseignes) ;
 - o une perte de lisibilité des différentes informations et messages ;

- une perte de lisibilité de certains bâtiments d'activité implantés le long de ces axes, qui se retrouve en second plan visuel.
- L'usage de support disgracieux, en particulier les clôtures non aveugles.

Tendance d'évolution en l'absence de RLPI

> Globalement maintien des dispositifs en place, conformes à la réglementation nationale.

> Suppression de certaines enseignes scellées ou installées au sol, non conformes à la réglementation nationale d'un point de vue densité (RNP : maximum 1 enseigne de plus de 1 m² par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulations publique).

Enjeu

- Amélioration de l'image de ces portes d'entrée et traversées urbaines majeurs de la métropole, vitrines du territoire.
- La lisibilité des messages publicitaires et des activités économiques sur ces secteurs à forte densité d'affichage.

Exemples d'enseignes rencontrées sur le territoire :

Vue d'ensemble

Exemple sur Montpellier et Lattes : zone économiques des Prés d'Arènes.





Exemple sur Pérols et Lattes : parc d'activité Le Solis, zone commerciale Grand Sud et ZAE du Fenouillet.



Exemple route de Nîmes au Crès





Exemple à Vendargues : zone économique du Salaison



Exemple à Jacou et Clapiers : zone commerciale Bocaud/ Clerment Ader



Exemple à Baillargues : parc d'activité Aftalion, ZAE La Biste.



Exemple à Montferrier-sur-Lez : ZAC Sainte Julie



Fabrègues : ZA des Trois Ponts





Zoom sur le type d'enseignes rencontrées
 Enseignes murales sur façade des bâtiments d'activités









Enseignes scellées ou installées sur le sol





Enseignes sur toiture



Enseignes numériques



Enseignes sur clôture aveugle



Enseignes sur clôture non aveugle





Enseignes mutualisées



2/ Autres zones économiques

Communes concernées

Castelnau-le-Lez : ZA Castelnau 2000, ZAC Eureka et ZA des Garrigues.

Castries : ZA Les Coustelliers

Clapiers : pôle d'activité de Botanic

Cournonsec : ZA La Capitelle et parc d'activité du Frigoulet

Cournonterral : ZA Les Joncasses, ZA Cannabe et ZA de la Barthe.

Fabrègues : parc d'activité des Quatre Chemins

Grabels : ZA La Valsière

Juvignac : le village des artisans.

Lavérune : ZA Nord et ZI Sud

Montpellier : Parc d'activité La Pompignane, Le Millénaire, Odysseum, Agropolis, Euromédecine, Sanofi Aventis, ...

Pérols : parc aéroport

Prades-le-Lez : ZA Les Baronnes

Montferrier-sur-Lez : parc d'activité Agropolis

Saint-Georges d'Orques : ZA le Mijoulan

Saint-Jean-de-Védas : ZI de la Lauze

Vendargues : ZI du Salaison, PRAE Via Domitia et zone d'activité U

Villeneuve-lès-Maguelone : ZAE du Larzac, zone d'activité secteur d'Intermarché

Caractéristiques des secteurs

Secteurs à vocation essentiellement d'activités artisanales, logistiques, tertiaires, ou pôle commercial situé à l'écart des grands axes, avec une densité d'enseignes très modérée.

Dispositifs publicitaires présents / dominants

- Essentiellement enseignes en façade, sur clôture ou au sol
- Des enseignes globalement peu impactantes dans le paysage, de surface peu imposante et de densité limitée.

Points noirs paysagers

Peu de point noir paysager significatif identifié.

Les enseignes sur clôture non aveugles sont toutefois à questionner.

Tendance d'évolution en l'absence de RLPI

> Globalement maintien des dispositifs en place, conformes à la réglementation nationale.

Enjeu

- **L'attractivité des zones d'activité**

Exemples d'enseignes rencontrées sur le territoire :

Des enseignes sur façades





Des enseignes scellées au sol





Des enseignes sur clôtures aveugles





Des enseignes sur clôtures non aveugle



A.4.4.3 | Les quartiers mixtes (polarités locales et zones résidentielles)

Communes concernées

Toutes les communes sont concernées.

Caractéristiques des secteurs

Cette partie concerne le reste des périmètres d'agglomérations, regroupant :

- Les polarités locales : pôles de proximité, ...
- Les secteurs à vocation résidentielles où peuvent être présentes ponctuellement des activités
- Les pôles d'équipements
- ...

Dispositifs publicitaires présents / dominants

Tous types d'enseignes identifiées.

Points noirs paysagers

- Une densité d'enseignes parfois très imposante, sur certaines unités foncières.
- Une hétérogénéité d'implantation et de formats sur certains bâtiments où sont regroupées plusieurs activités.
- Quelques dispositifs sont parfois peu valorisants : enseigne sur clôture, enseignes sur bâche, ...

Tendance d'évolution en l'absence de RLPi

> Globalement maintien des dispositifs en place, conformes à la réglementation nationale.

Enjeu

- La qualité du cadre de vie

Exemples d'enseignes rencontrées sur le territoire :

Enseignes sur façade









Enseignes scellées au sol







Autres supports d'enseignes





A.4.5 | Synthèse du diagnostic et des enjeux

cf. carte pages suivantes

Partie B | Orientations et objectifs

Afin de protéger le cadre de vie, le code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité.

C'est le choix qu'a fait la Métropole Montpellier Méditerranée en prescrivant l'élaboration de son RLPi le 27 septembre 2017.

Le diagnostic de territoire a fait émerger plusieurs enjeux. Pour y répondre, la métropole fixe les orientations

LES ORIENTATIONS GENERALES

- ✚ Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle de la métropole.
- ✚ Prendre en compte les nouvelles dispositions réglementaires et anticiper la caducité des RLP en vigueur (Castelnau-le-Lez, Juvignac, Lattes, Montpellier et Saint-Jean-de-Védas).
- ✚ Protéger le cadre de vie, limiter la pollution visuelle et les atteintes à l'environnement, concilier lisibilité des acteurs économiques et protection des paysages.
- ✚ Envisager, là où se rencontrent cœurs de villes, activités économiques et tourisme, la « réintroduction » de certaines formes de publicité dans des espaces où la législation interdit la publicité mais admet qu'une réglementation locale puisse en admettre la présence.

LES ORIENTATIONS EN MATIERE DE PUBLICITE ET PREENSEIGNES



✚ Valoriser la qualité du cadre de vie sur l'ensemble du territoire

- Proscrire sur l'ensemble du territoire les formats 12 m², fixer des formats maximum plus restrictifs et adaptés aux caractéristiques urbaines de chaque secteur (zones commerciales, zones résidentielles, ville centre, ...).
- Encadrer la densité publicitaire pour réduire l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire ; pérenniser les secteurs aujourd'hui globalement bien préservés de l'affichage publicitaire.
- Intégrer des règles de recul pour toute publicité implantée devant une baie d'habitation, afin de préserver le cadre de vie de tout habitant.

✚ Valoriser les axes d'entrée vers la 1ère couronne métropolitaine, pôles d'échange

Aujourd'hui, plusieurs grandes pénétrantes urbaines connaissent une emprise publicitaire importante, qui altère l'image du territoire. Le RLPi vise en particulier à :

- Améliorer la qualité paysagère des axes Baillargues/Vendargues/Le Crès/Castelnau-le-Lez/Montpellier, Saint-Jean de Védas/Montpellier et Lattes/Montpellier, en y réduisant la densité publicitaire. Une harmonisation du traitement de ces axes dans leur ensemble est recherchée.
- Préserver la qualité des axes aujourd'hui peu impactés par l'affichage publicitaire.
- Anticiper les conséquences du développement ou de la requalification de certains pôles d'équipements et commerces, facteur d'attractivité publicitaire : interdire la publicité sur les mur de clôture le long des grands axes (et en particulier la RD5), encadrer l'affichage en sortie de la nouvelle gare Sud de France, etc.

Encadrer l’affichage publicitaire dans les secteurs remarquables et les centres-villes

Une attention particulière doit être portée aux secteurs présentant un intérêt architectural singulier. Afin de pérenniser la qualité de ces espaces et la lisibilité des éléments bâtis, l’affichage publicitaire doit y être très encadré. Il s’agit de :

- Privilégier l’affichage sur mobilier urbain dans les centres-villes et nouveaux quartiers d’architecture remarquable de la métropole, encadrer les formats.
- Encadrer la publicité sur les axes d’entrée du centre-ville de Montpellier et ses quatre sites patrimoniaux remarquables.
- Limiter l’emprise visuelle de l’affichage publicitaire dans les cônes de vue d’intérêt, identifiés en agglomération.



Limiter la pollution lumineuse

Une plage d’extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l’Environnement sera envisagée, afin de réduire les atteintes à l’environnement.

LES ORIENTATIONS EN MATIERE D'ENSEIGNES

Réduire l'impact visuel de certaines enseignes, améliorer la lisibilité des activités

- Encadrer la densité des enseignes au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.
- Adapter les formats à la typologie des quartiers (zones commerciales, pôles de proximité, quartiers résidentiels, ...)
- Encadrer les enseignes sur murs de clôture et toitures, les interdire sur les murs non aveugles.
- Encadrer les enseignes numériques.
- Limiter l'emprise visuelle des enseignes hors agglomération.

Valoriser la qualité des centres historiques, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti

Une attention particulière doit être portée aux centres-villes et noyaux villageois, au sein desquels les enseignes jouent un rôle fondamental dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural et la lecture des rues. Ainsi, il s'agit de :

- Encadrer le format des enseignes, améliorer leur intégration paysagère.
- Interdire les enseignes numériques.

Limiter la pollution lumineuse

De la même façon que pour la publicité, une plage d'extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l'Environnement sera envisagée.

Partie C | Justification des choix retenus au regard des orientations et objectifs

C.1 | Justification de la délimitation des zones du RLPi

L'état des lieux du territoire et le diagnostic ont mis en évidence plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux, économiques spécifiques. Ces secteurs ont été zonés en zones de publicité (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Quatre zones sont instituées sur le territoire intercommunal :

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les centres-villes et noyaux villageois.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les zones résidentielles et tissus urbains mixtes.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre des voies urbaines et péri-urbaines particulières.

La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les zones économiques du territoire.

Les ZP1, ZP2 et ZP3 comptent plusieurs sous-zones.

C.1.1 | La zone de publicité n°1

Justification générale

Une zone spécifique est dédiée aux centres-villes et noyaux villageois anciens, qui présentent des enjeux patrimoniaux spécifiques du fait de leur caractère historique et leur valeur architecturale. Ces espaces sont en grande partie concernés par des périmètres de protection : abords de monuments historiques classés ou inscrits, sites patrimoniaux remarquables, sites inscrits.

La particularité de ces quartiers leur a conféré une place particulière dans le RLPi. Des orientations spécifiques y ont été définies :

- ✚ Encadrer l'affichage publicitaire dans les secteurs remarquables et les centres-villes : afin de pérenniser la qualité de ces espaces et la lisibilité des éléments bâtis, l'affichage publicitaire doit y être très encadré.
- ✚ En matière d'enseigne : valoriser la qualité des centres historiques, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti. Les enseignes jouent en effet un rôle fondamental dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural et la lecture des rues, certaines enseignes doivent y être particulièrement encadrées.

Cette zone ZP1 est donc considérée comme celle où, à l'échelle du RLPi :

- la densité des publicités et préenseignes doit être la plus limitée,
- l'emprise des enseignes doit être la plus encadrée.

Justification des sous-zones 1a et 1b

La zone de publicité n°1 comporte 2 sous-zones :

- La zone ZP1a qui couvre les centres historiques et noyaux villageois des communes de Baillargues, Beaulieu, Castelnau-le-Lez, Castries, Clapiers, Cournonsec, Cournonterral, Fabrègues, Grabels, Jacou, Lavérune, Le Crès, Montaud, Montferrier-sur-Lez, Murviel-lès-Montpellier, Pérols, Pignan, Prades-le-Lez, Restinclières, Saint-Brès, Saint-Drézéry, Saint-Geniès-des-Mourgues, Saint-Georges-d'Orques, Saint-Jean-de-Védas, Saussan, Sussargues, Vendargues et Villeneuve-lès-Maguelone. Elle couvre également le noyau historique de Celleneuve à Montpellier.

La délimitation de la zone s'est faite sur la base du zonage A2 (centralités de villages/bourgs) et A3 (faubourgs) du projet de PLUi.

- La zone ZP1b qui couvre le centre-ville de Montpellier et ses faubourgs.

Elle intègre les 5 sites patrimoniaux remarquables de la ville : « Avenue de Lodève, château de la Piscine », « Sud Gares Méditerranée », « Boutonnet- Beaux-Arts », « Gambetta-Clémenceau-Figuerolles » ainsi que le secteur sauvegardé du cœur de ville.

Y est toutefois exclue la parcelle située la plus à l'Ouest du SPR « Avenue de Lodève, château de la Piscine », longeant l'avenue de Garrat et occupée par un supermarché. Cette typologie commerciale (un grand plateau commercial entouré des parkings destinés à la clientèle) rend les règles prévues pour le centre historique inadaptées.

La ZP1b inclue également :

- le quartier d'Antigone dont l'axe central a été labellisé architecture contemporaine remarquable, prolongement du centre-ville et secteur d'intérêt architectural, qui nécessite un traitement similaire au centre-ville en matière de publicité, préenseignes, enseignes.

- le quartier de la gare, jusqu'à l'avenue de la Liberté. Porte d'entrée, vitrine du territoire, ce secteur doit, au même titre que le centre historique, faire l'objet d'une attention particulière dans la continuité de la création de l'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine SUD-GARE / MÉDITERRANÉE créée par délibération du Conseil de métropole le 29 juin 2017.

Au nord, le périmètre est étendu jusqu'à l'avenue F. Sabatier d'Espeyran et rue H. Dunant dans une logique de simplification des limites du zonage. En effet ce secteur constitué principalement d'un tissu pavillonnaire de faubourgs trouve en continuant jusqu'aux avenues qui le bordent, une limite naturelle permettant d'apporter une continuité réglementaire à ce secteur.

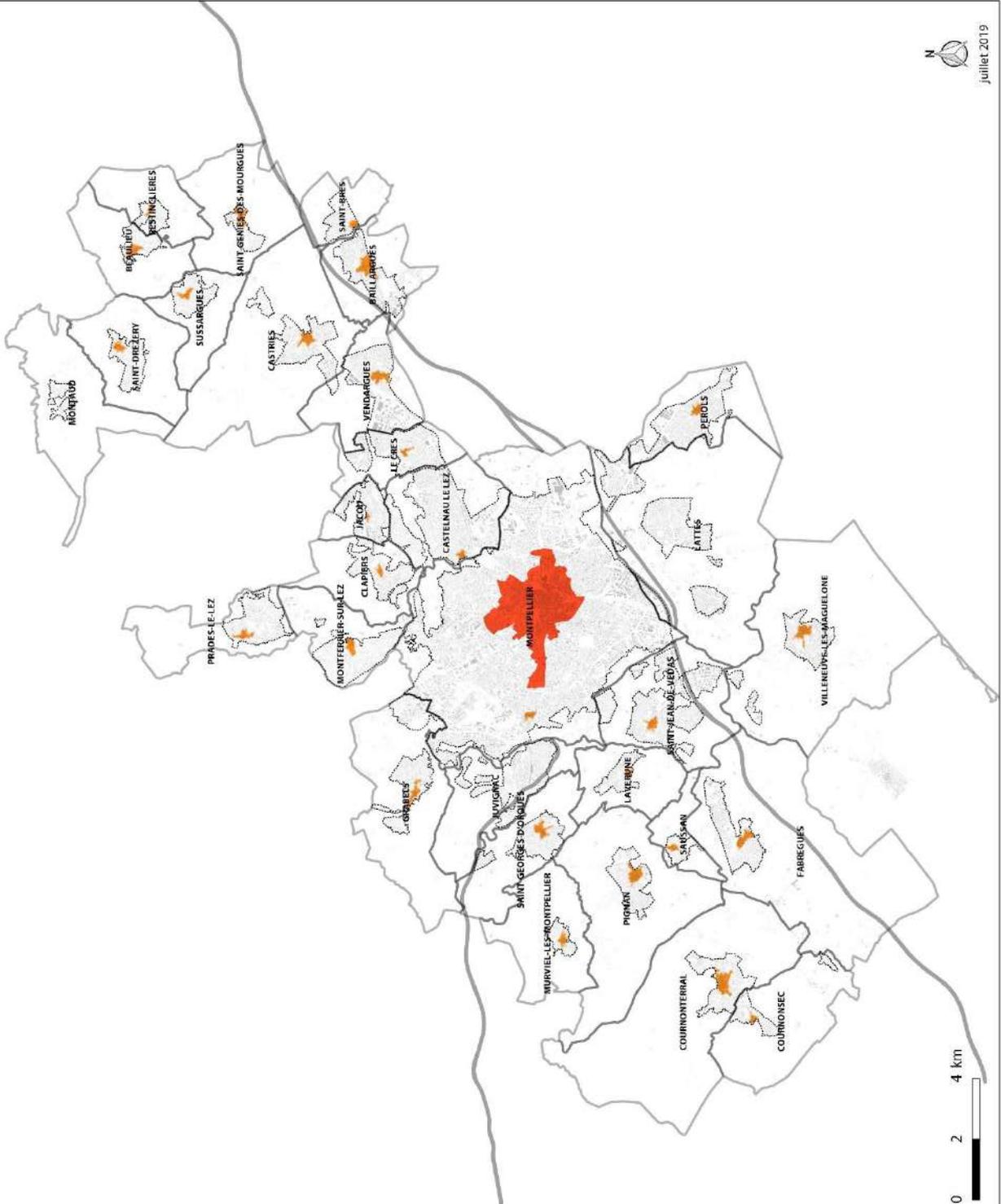
La distinction entre ZP1a et ZP1b vise à réglementer de façon différente la publicité numérique, qui va être autorisée uniquement sur la ville de Montpellier (*cf. justification des règles*).

Sur les autres points (enseignes et publicité non numérique), les règles sont communes dans les deux sous-zones.

En l'absence de centre historique sur les communes de Montaud, Lattes et Juvignac, celles-ci ne font pas l'objet du zonage ZP1.

Zonage du Règlement Local de Publicité intercommunal

Version 7



Périmètre physique d'agglomération
 ZP1a
 ZP1b



C.1.2 | La zone de publicité n°2

Justification générale

Une zone est dédiée aux zones résidentielles et tissus urbains mixtes, qui présentent des enjeux spécifiques en matière de publicité, préenseignes, enseignes.

Ces secteurs constituent des espaces de vie privilégiés au sein desquels la qualité du cadre de vie apparaît la plus importante pour la population. Le traitement de l’affichage publicitaire et des enseignes sera intermédiaire entre le celui effectué sur les centres historiques (dispositions les plus strictes au regard de leur valeur patrimoniale) et celui prévu au sein des zones économiques (dispositions les plus soupes au regard de la vocation de la zone).

Justification des sous-zones 2a, 2b,2c

Avec 31 communes, le territoire de la métropole de Montpellier présente des profils de communes relativement diversifiés. Le RLPi vise à prendre en considération ces différences et à adapter la réglementation nationale à l’identité de chaque commune. 3 zones sont instaurées, à partir desquelles un gradient a été défini dans le traitement de l’affichage publicitaire :

- La zone ZP2a, qui couvre les zones résidentielles et tissus urbains mixtes des agglomérations à **l’identité rurale, villageoise**, de la métropole.

Cette identité est particulièrement marquée sur les communes de moins de 5000 habitants, qui ne se trouvent pas en continuité urbaine d’une autre agglomération plus importante.

Sont donc concernées les communes de Beaulieu, Lavérune, Montaud, Murviel-lès-Montpellier, Restinclières, Saint-Drézéry, Saint-Geniès-des-Mourgues, Saussan et Sussargues. Cette identité est marquée par leur faible nombre d’habitants et leur éloignement à la ville centre pour la majorité (3^e couronne métropolitaine et hors unité urbaine de Montpellier pour 7 d’entre elle,).

La notion d’unité urbaine a été gommée dans le choix des communes intégrant cette ZP2a au profil du critère d’identité des communes (exemple de Saussan et Lavérune, qui présentent toutes les caractéristiques d’une commune à l’identité villageoise, bien qu’intégrées à l’unité urbaine de Montpellier selon les critères statistiques de l’INSEE).

Sont exclues les communes de Saint Brès et de Cournonsec, respectivement en continuité des communes de Baillargues et de Cournonterral, à l’identité plutôt périurbaine. Dans un souci de cohérence, ces agglomérations limitrophes ont été regroupées dans un même zonage.

- La zone ZP2b, qui couvre les zones résidentielles et tissus urbains mixtes des agglomérations **urbaines et péri-urbaines** de la métropole.

Elles concernent toutes les autres communes de la métropole, à l’exception de la ville de Montpellier (qui fait partie d’une zone ZP2c). Ces communes présentent un profil différent par leur nombre d’habitants plus élevé et un nombre de commerces et d’activités économiques lui aussi généralement plus important que dans les communes rurales. L’ensemble des agglomérations directement limitrophes à celle de Montpellier est incluse dans cette zone.

Sont donc concernées les communes de Baillargues, Castelnau-le-Lez, Castries, Clapiers, Cournonterral, Fabrègues, Grabels, Jacou, Juvignac, Lattes, Le Crès, Montferrier-sur-Lez, Pérols, Pignan, Prades-le-Lez, Saint-Georges-d’Orques, Saint-Jean-de-Védas, Vendargues et Villeneuve-lès-Maguelone.

Les communes de Saint-Brès et Cournonsec sont également intégrées à cette zone pour les raisons évoquées précédemment.

- La zone ZP2c, qui couvre les zones résidentielles et tissus urbains mixtes de la ville centre, Montpellier, où une marge de manœuvre plus importante est laissée en matière de format et de support d’affichage publicitaire (au regard de la ZP2b), en cohérence avec cette identité de ville « centre ».

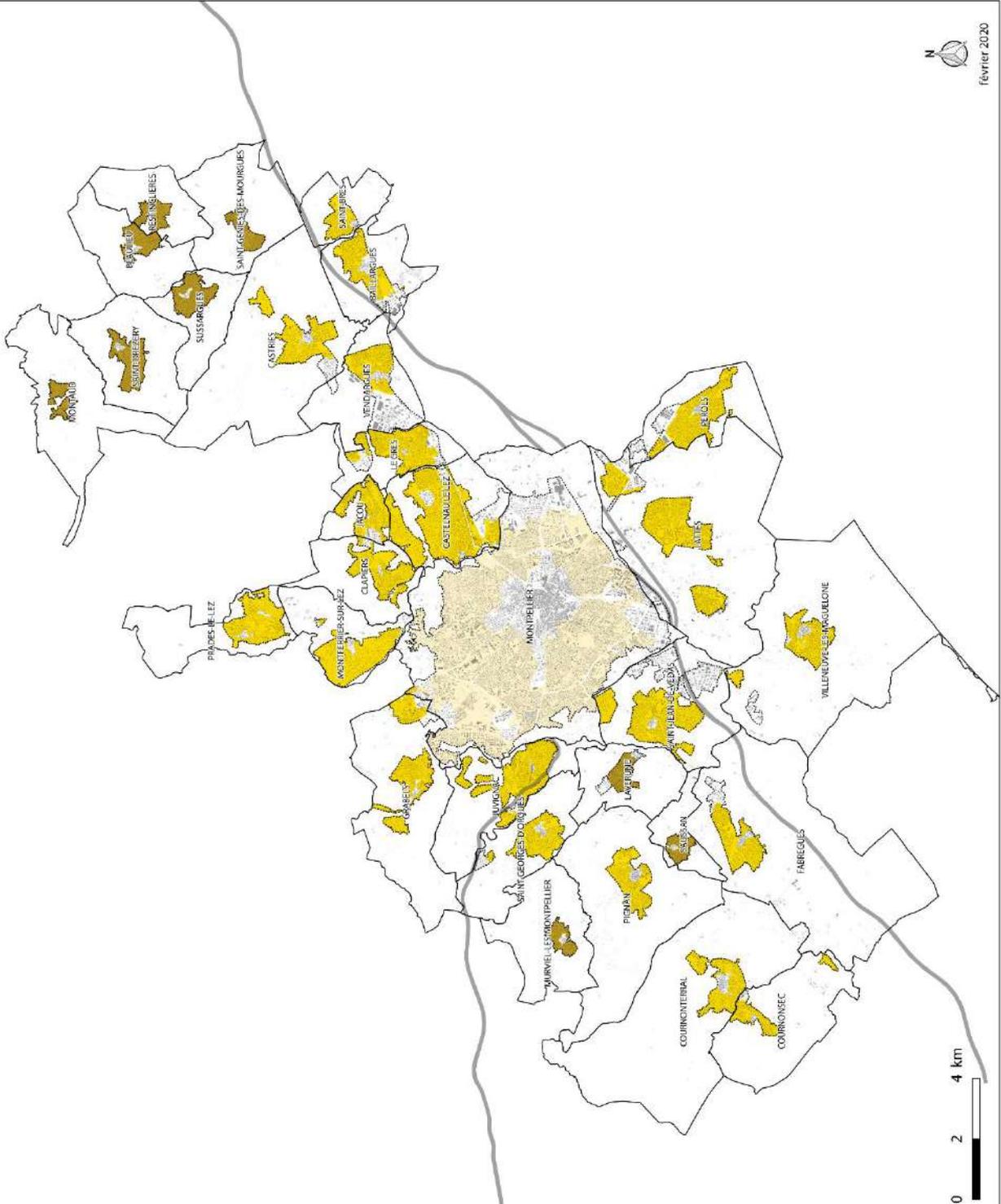
La ZP2c intègre les « radiales » et les quartiers actuellement non règlementés du RLP en vigueur.

Le traitement de l’affichage publicitaire a été mis en cohérence avec ces trois identités.

Le gradient en matière d’affichage publicitaire s’est donc fait sur cette base, considérant donc plutôt les enjeux d’identité communale et de continuité urbaine avec la ville de Montpellier, que la simple limite des plus ou moins 10 000 habitants définie dans le code de l’Environnement ou du périmètre de l’unité urbaine de Montpellier définie par l’INSEE (3 niveaux de hiérarchisation plutôt que 2). Ce dernier s’avère aujourd’hui peu pertinent au regard de la réalité urbaine du territoire, d’où la nécessité d’une approche plus fine menée à l’échelle du RLPi.

Zonage du Règlement Local de Publicité intercommunal

Version 8



Périmètre physique d'agglomération

**Zones résidentielles et
tissus urbains mixtes**

- ZP2a
- ZP2b
- ZP2c

février 2020

C.1.3 | La zone de publicité n°3

Justification générale

La zone ZP3 couvre l'ensemble du domaine public et des unités foncières situées de part et d'autre de la chaussée de certains grands axes routiers de la métropole, où se concentre aujourd'hui la pression publicitaire.

Sur Vendargues et Castelnau-le-Lez, ces axes traversent des zones résidentielles ou tissus urbains mixtes. La définition d'un zonage ZP3 vise à laisser une certaine marge de manœuvre à l'affichage publicitaire par rapport aux règles relativement restrictives imposées en ZP2c (en l'encadrant toutefois afin de répondre aux objectifs de valorisation paysagère des axes d'entrée de territoire).

Les axes concernés sont :

- l'avenue de l'Europe et la route de Nîmes, à Castelnau-le-Lez,
- la D613, à Vendargues.

Sur Lattes et Pérols, ces axes traversent des zones commerciales. La définition d'un zonage ZP3 vise, à l'inverse, à retrouver les possibilités d'affichage par rapport aux règles imposées en ZP4. Il s'agit ici de préserver la qualité paysagère le long de la route de la Mer et d'améliorer les entrées de métropole depuis l'aéroport situé sur Mauguio. Un traitement différencié est donc envisagé entre le cœur des zones commerciales et les grands axes les bordant.

Les axes concernés sont donc :

- l'avenue Georges Frêche, à Lattes et Pérols,
- l'avenue de Figuière (D189), à Lattes,
- la D172 à Pérols.

Sur Montpellier, ces axes traversent les 2 types de zones. La définition d'un zonage ZP3 vise à conserver, sur ces axes où se concentre la pression publicitaire, des règles plus restrictives que celles imposées en ZP2c et ZP4. La ZP3 reprend les tracés et dispositions réglementaires des « entrées de villes et grandes voies urbaines » du RLP en vigueur.

Les axes concernés sont donc :

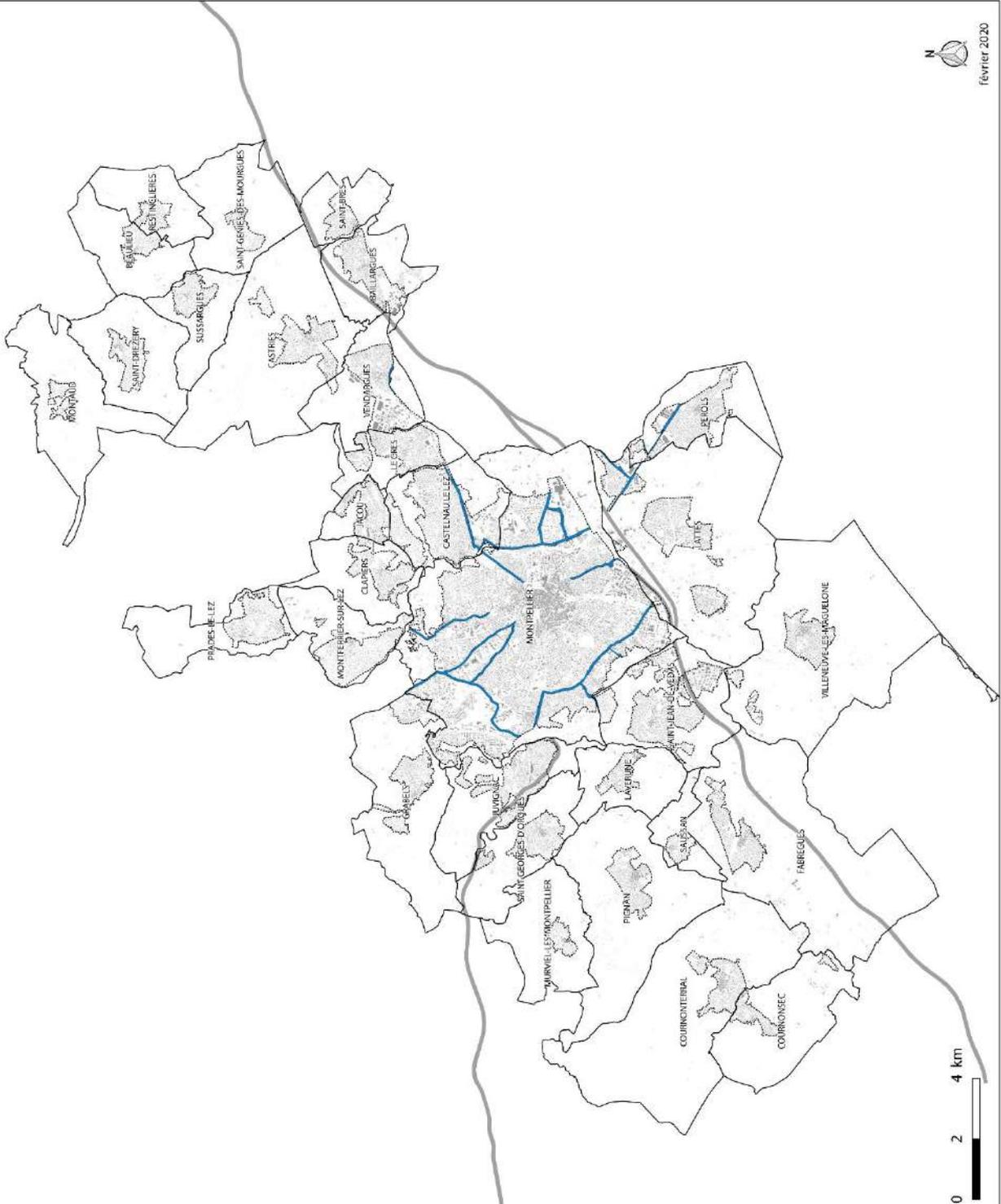
- Avenue d'El Alamein, avenue du Colonel Pavelet, boulevard Paul Valéry, avenue de Vanières, avenue de Récampale, avenue de la Liberté, avenue Pablo Neruda, rue du Professeur Blayac, avenue des Moulins, route des Ganges Rouges (D65), à Montpellier,
- Avenue de Toulouse, à Montpellier,
- Route de Lavérune, à Montpellier,
- Avenue des Pères Soulas, à Montpellier,
- Route de Ganges, avenue du doyen Gaston Giraud, avenue Charles Flahault, à Montpellier,
- Route de Mende, à Montpellier,
- Avenue de Nîmes et avenue François Delmas, à Montpellier,
- Avenue de la Pompignane, avenue de Boiragues, avenue Raymond Dugrand, à Montpellier,
- Avenue Pierre Mendès France, à Montpellier,
- Avenue du mondial 98, à Montpellier,

La distance de 20 mètres de part et d'autre de la chaussée des voies permet d'intégrer les espaces visibles depuis la voie publique, soit les jardins et les premières constructions situées de part et d'autre de la voie.

Ces axes sont tous localisés dans l'unité urbaine de Montpellier.

Zonage du Règlement Local de Publicité intercommunal

Version 8



Périmètre physique d'agglomération

Voies urbaines structurantes

ZP3



février 2020



C.1.4 | La zone de publicité n°4

Justification générale

Cette zone regroupe l'ensemble des zones économiques du territoire, au sein desquelles les dispositions réglementaires vont être les plus souples au regard de la vocation économique de la zone et donc des besoins identifiés en matière d'enseignes, de publicité et de préenseignes.

Justification des sous-zones 4a, 4b, 4c

La zone de publicité n°4 comporte 3 sous-zones :

- La zone ZP4a, qui couvre les zones économiques situées en agglomération en dehors de l'unité urbaine de Montpellier et dans les communes à l'identité rurale de l'unité urbaine.
- La zone ZP4b, qui couvre les zones économiques d'intérêt local, situées en agglomérations urbaines et périurbaines de l'unité urbaine de Montpellier.

La différence entre ces deux zones réside dans les possibilités offertes par la réglementation nationale. Celle-ci interdit en effet les publicités et préenseignes scellées au sol dans les agglomérations situées en dehors de l'unité urbaine de Montpellier (agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants).

En revanche, au regard des usages et du besoin connu aujourd'hui sur ce type de zone, il est apparu nécessaire de conserver la possibilité d'installation de publicité et préenseigne au sol dans les communes appartenant à l'unité urbaine de Montpellier (non concernées par cette interdiction du code de l'Environnement).

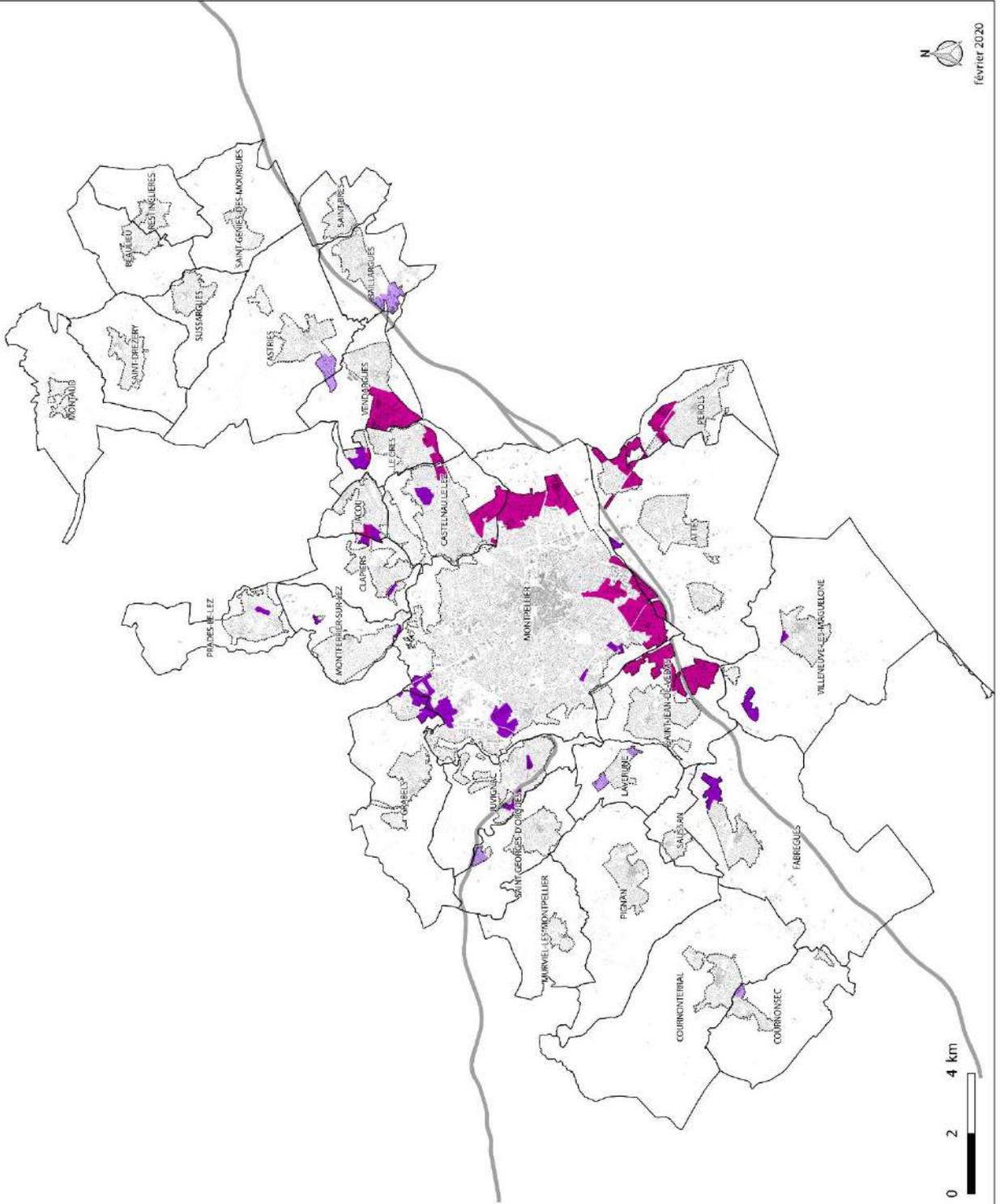
Une distinction est donc faite selon l'appartenance ou non des communes à l'unité urbaine de Montpellier. Dans un souci de traitement cohérent avec la ZP1, les zones économiques situées dans les communes à l'identité rurale appartenant à l'unité urbaine de Montpellier ont été intégrées à la zone ZP4a.

D'autre part, certaines zones économiques étant localisées à cheval entre 2 communes dont l'une d'entre elle n'appartient pas à l'unité urbaine de Montpellier, c'est le zonage ZP4b qui y est privilégié (exemple entre Castries et Vendargues) ; Il s'agit ici d'assurer une cohérence de traitement au sein d'une même zone économique.

- La zone ZP4c, qui couvre les zones économiques d'intérêt métropolitain ainsi que les principales zones commerciales de la métropole. Dans ces grandes zones économiques de l'unité urbaine de Montpellier, une marge de manœuvre plus importante est laissée en matière de format et de support d'affichage publicitaire (au regard des ZP4a et b). Ceci en cohérence avec la vocation des zones économiques concernées (zones commerciales) ou de leur envergure.

Zonage du Règlement Local de Publicité intercommunal

Version 8



février 2020

C.2 | Justification des choix règlementaires relatifs aux publicités et préenseignes

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et préenseignes, et notamment des articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88.

Principe général de conception du règlement

Il est précisé que le règlement a été conçu dans une recherche d'équilibre global :

- équilibre entre valorisation des paysages et liberté d'expression, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes ».

- équilibre dans la répartition de l'affichage publicitaire à l'échelle de toute la métropole, en évitant une concentration de la publicité sur la ville de Montpellier ou les trois seules agglomérations de plus de 10 000 habitants de la métropole via une interdiction dans les autres communes.

- équilibre entre les dispositions règlementaires relativement strictes de certains RLP en vigueur (Saint-Jean de Védas, Juvignac) et les dispositions relativement souples applicables sur des communes de profils similaires (Lattes par exemple).

Le principe général du règlement vise également à trouver un équilibre dans les supports autorisés, en évitant par exemple une interdiction totale de la publicité scellée au sol. En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour réduire de façon significative la densité et encadrer les formats maximum autorisés.

Précision concernant les formats maximum imposés dans le règlement :

Il est rappelé qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones correspondent au format « hors tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement. Cf. arrêts en conseil d'état de 2016 et 2017, requêtes n°395494 et n°408801 :

Les dimensions maximales autorisées sur mobilier urbain correspondent au format visible de l'affiche publicitaire ou de l'écran.



C.2.1 | Prescriptions communes à l'ensemble des zones

C.2.1.1 | Interdictions de publicité (P0.1)

Plusieurs dispositifs sont interdits dans l'ensemble des zones de publicité au regard du fort impact paysager qu'ils peuvent engendrer :

> **la publicité sur clôture.** Il s'agit ici :

- de limiter de façon globale les possibilités d'affichage mural, la métropole comptant de nombreux murs de clôture le long des rues et grands axes. Cette disposition permet donc d'encadrer la densité publicitaire en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments, moins nombreux.
- de répondre à l'objectif « Anticiper les conséquences du développement ou de la requalification de certains pôles d'équipements et commerces, facteur d'attractivité publicitaire ». Plusieurs secteurs ont été identifiés dans le diagnostic comme pouvant voir se développer de nombreuses publicités sur les murs de clôture en bord de voie (RD5 par exemple). Il s'agit d'anticiper ce développement.

Exemple impact sur l'existant :



> **la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu.** Aujourd'hui absent sur la métropole, ce type de publicité peut engendrer un impact non négligeable sur le paysage perçu dans un rayon relativement important. Le RLPi anticipe le développement de ce type de dispositif en l'interdisant.

> **La publicité sur garde-corps de balcon ou balconnet,** dans un souci de visibilité de ces éléments d'architecture de façade.

C.2.1.2 | Dérrogation à certaines interdictions de publicité (P0.2)

Rappel de l'article L581-8 du code de l'Environnement :

« I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

3° Dans les parcs naturels régionaux ;

4° Dans les sites inscrits ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

6° (abrogé)

7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »

Le RLP vient déroger à l'interdiction stricte de publicité dans certains de ces lieux pour certains types de dispositifs.

Lieux concernés :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

4° Dans les sites inscrits ;

La dérogation porte sur les dispositifs suivants, pour les raisons suivantes :

> **la publicité supportée par du mobilier urbain,** dans les conditions prévues aux articles R581-42 à 47 du code de l'Environnement et dans la limite de surface unitaire applicable dans chacune des zones.

Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-bus, abris-tram) ou à la diffusion d'informations municipales ou métropolitaines. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparaît donc indispensable de conserver la possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans ces périmètres patrimoniaux qui concernent en grande partie les centres-villes des communes, pôles d'attractivité du territoire.

> **les dispositifs de petit format** intégrés à des devantures commerciales et recouvrant partiellement la baie dans les conditions prévues par l'article R. 581-57 du même code et par l'article P0.7 du présent règlement.

Ces dispositifs intégrés aux devantures commerciales font partie intégrante des vitrines, un grand nombre de ces supports est destiné à faire la promotion de spectacles.

> **les bâches de chantier** comprenant de la publicité, dans les conditions prévues aux articles R581-19, 53 et 54 du même code.

Cette opportunité offerte par la réglementation permet d'envisager une participation au financement de travaux de rénovation de certains édifices historiques, il apparaît pertinent de conserver la possibilité d'installation de ce

type de publicité, qui restent soumis à autorisation du maire après avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France.

> **les dispositifs de dimensions exceptionnelles** liés à des manifestations temporaires, dans les conditions prévues par les articles R581-21 et 56 du même code.

Ces dispositifs étant réservés à des manifestations temporaires et soumis à autorisation du maire et à l'avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites, il apparaît pertinent de les conserver autoriser en particulier dans les cœurs de ville. Ils permettent d'assurer la promotion de certaines manifestations d'envergure (mondial de football, expositions, festivités, ...).

> **les emplacements destinés à l'affichage d'opinion** ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tels que prévu par les articles L581-13 et R581-2 à 4 du même code.

L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des communes.

Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3), il apparaît indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des quartiers.

Cette dérogation ne concerne pas les autres lieux identifiés au paragraphe I de l'article L581-8 du code de l'Environnement.

C.2.1.3 | Dimensions (P0.3)

Afin d'améliorer la compréhension des règles de formats, le règlement précise les dispositions applicables sur ce point suite aux dernières jurisprudences connues à ce sujet et à la récente instruction du Gouvernement relative aux modalités de calcul des formats des publicités (en date du 18 octobre 2019).

Il est donc précisé qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones correspondent au format de l'affiche ou de l'écran, ajouté à celui des éléments d'encadrement et de fonctionnement. Les dimensions maximales autorisées sur mobilier urbain correspondent quant à elles au format de l'affiche publicitaire ou de l'écran.

Enfin, pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que « Dans le cas d'une structure double face, les publicités doivent être de même dimension, alignées et placées dos à dos ».

C.2.1.4 | Habillage et accessoires annexes à la publicité (P0.4)

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLP précise un certain nombre de critères d'esthétique à respecter.

C.2.1.5 | Distance par rapport aux baies (P0.5)

L'article R581-33 du code de l'environnement impose qu'« un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie ».

Afin de protéger le cadre de vie de chaque habitant (et en particulier lorsque l'immeuble d'habitation est en location), cette disposition est étendue à tous les immeubles d'habitation (suppression de la référence au fonds voisin).

Elle constitue une traduction de l'orientation « Valoriser la qualité du cadre de vie sur l'ensemble du territoire », objectif « Intégrer des règles de recul pour toute publicité implantée devant une baie d'habitation, afin de préserver le cadre de vie de tout habitant. »

C.2.1.6 | Dispositifs de petit format sur baie (P0.6)

Les dispositifs du code de l'Environnement sont autorisés dans l'ensemble des zones, dans les conditions prévues au code de l'Environnement.

Une dérogation est prévue par l'article P0.2 afin de les autoriser dans les lieux mentionnés au 1°, 2° et 4° du paragraphe I du code de l'Environnement. Toutefois, en cohérence avec les enjeux de préservation du patrimoine (lisibilité des façades, ...), le règlement limite la densité et le format maximum autorisé dans ces lieux : la surface unitaire est limitée à 0,5 m² (au lieu du 1m² du code de l'Environnement) et le nombre limité à deux dispositifs par devanture commerciale (non réglementé dans le code de l'Environnement).

C.2.1.7 | Publicité lumineuse (P0.7)

L'élargissement de la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses (dont numériques) vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse).

C.2.1.8 | Publicité lumineuse (P0.8)

Afin d'améliorer la compréhension des règles applicables, et conformément aux dispositions du code de l'environnement, cet article précise que « *Dans les dispositions particulières applicables à chacune des zones, la publicité supportée par le mobilier urbain est soumise uniquement aux dispositions visant expressément la publicité sur mobilier urbain.* ». Y sont ajoutés les articles des dispositions générales qui sont également applicables à la publicité sur mobilier urbain.

Le RLPI ne réglemente pas les bâches et dispositifs de dimension exceptionnelle, qui restent donc autorisés dans les conditions prévues au code de l'Environnement. Il est rappelé que ces dispositifs sont soumis à autorisation du maire.

C.2.2 | Dispositions concernant la publicité apposée sur un mur, la publicité au sol et la publicité sur mobilier urbain

C.2.2.1 | Synthèse du règlement

Cf. tableau ci-après

		Publicité supportée par le mobilier urbain mentionnés à l'article R. 581-47 CE	Publicité au sol	Publicité sur mur	Publicité numérique
ZP1 - Centres villes, noyaux villageois					
ZP1a	Centres historiques et noyaux villageois	2 m ² max Interdistance de 100 m	Interdite	Interdite	Interdite
ZP1b	Centre-ville de Montpellier et ses faubourgs				2 m ² max Autorisée sur mobilier urbain
ZP2 - Zones résidentielles et tissus urbains mixtes					
ZP2a	Agglomérations « rurales »	2 m ² max	Interdite (=RNP hors UU de Montpellier)	Interdite	Interdite (=RNP hors UU de Montpellier)
ZP2b	Agglomérations urbaines et péri-urbaines			2,5 m ² max 1 dispositif par unité foncière	2 m ² max Autorisée sur mobilier urbain dans les agglomérations de +10 000 habitants.
ZP2c	Ville centre (Montpellier)	8 m ² max	9,6 m ² max Autorisée sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur <u>supérieure à 50 mètres linéaire</u> . 1 dispositif par unité foncière / 2 dispositifs sur unités foncières > 100 mètres.	9,6 m ² max 1 dispositif par unité foncière (non cumulable avec scellé au sol sur UF >50m)	2,5 m ² max
ZP3 - Voies urbaines et péri-urbaines particulières					
ZP3	Voies urbaines et périurbaines particulières	8 m ² max	2,5 m ² max Autorisée sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur <u>supérieure à 50 mètres linéaire</u> . 1 dispositif par unité foncière / 2 dispositifs sur unités foncières > 100 mètres.	9,6 m ² max 1 dispositif par unité foncière (non cumulable avec scellé au sol sur UF >50m)	2,5 m ² max

	Publicité supportée par le mobilier urbain mentionnés à l'article R. 581-47 CE	Publicité au sol	Publicité sur mur	Publicité numérique	
ZP4 - Zones économiques (en agglomérations)					
ZP4a	Zones économiques HORS unité urbaine de Montpellier et dans les communes « rurales » de l'unité urbaine.	2 m² max	Interdite	4 m² max 1 dispositif par unité foncière.	Interdite
ZP4b	Zones économiques <u>d'intérêt local</u> en agglomérations urbaines et périurbaines de l'unité urbaine de Montpellier.		4 m² max Autorisée sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur <u>supérieure à 30 mètres linéaire.</u> Dans une bande de 10 mètres de profondeur à partir de la limite de la voie : publicité interdite.	4 m² max Dans une bande de 10 mètres de profondeur à partir de la limite de la voie : 1 dispositif par unité foncière	2 m² max Uniquement sur mobilier urbain en agglomération de +10000 habitants
ZP4c	Zones économiques <u>d'intérêt métropolitain</u> + Principales zones commerciales de l'unité urbaine de Montpellier	8 m² max	9,6 m² max Autorisée sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur <u>supérieure à 30 mètres linéaire.</u> Dans une bande de 10 mètres de profondeur à partir de la limite de la voie : 1 dispositif par unité foncière	9,6 m² max Dans une bande de 10 mètres de profondeur à partir de la limite de la voie : 1 dispositif par unité foncière <i>(non cumulable avec scellé au sol sur UF >30m)</i>	4 m² max

C.2.2.2 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°1 (Centres-villes et noyaux villageois du territoire)

Afin de répondre aux enjeux de préservation du patrimoine, d'assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, le RLPi interdit strictement la publicité murale, scellée ou apposée au sol dans cette zone.

Seule reste autorisée la publicité sur mobilier urbain, dans les conditions fixées aux articles R581-42 à 47 du code de l'Environnement.

Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abris-bus, abris-tram) ou à la diffusion d'informations municipales ou métropolitaines. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations.

Il apparaît toutefois nécessaire d'encadrer ce type d'affichage afin d'éviter une surabondance de mobilier sur le domaine public dans ces zones à forte valeur architecturale. Pour cela, plusieurs dispositions réglementaires sont imposées :

> Une interdistance de 100 mètres est imposée entre deux publicités supportées par deux mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local et placés sur le même côté d'une voie.

> La surface unitaire d'affichage est limitée à 2m² sur le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Distinction réglementaire entre ZP1a et ZP1b

En ZP1a, la publicité numérique est interdite pour les raisons suivantes :

- La publicité numérique sur mobilier urbain est autorisée par le code de l'environnement uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Seul le centre-ville de Castelnau-le-Lez pourrait donc recevoir de la publicité. Dans un souci d'harmonisation avec les autres communes, l'interdiction a été étendue à tous les cœurs de ville des agglomérations rurales, urbaines et périurbaines.

- En l'absence de besoin identifié sur le centre historique de Castelnau-le-Lez, le choix est fait de maintenir l'interdiction du numérique existante au RLP en vigueur. Elle constitue un outil de protection de ce cœur de ville, d'emprise relativement limitée.

En revanche, la publicité numérique est autorisée sur le mobilier urbain en ZP1b : volonté de conserver les dispositifs en place, qui facilitent la gestion et la transmission des informations municipales et métropolitaines. Ils permettent de diffuser un nombre d'informations à caractère général ou local plus important que des dispositifs classiques. D'autre part, ils constituent un outil indispensable à la diffusion dans des délais relativement courts d'informations importantes pour la population (exemple : alerte attentat, risque inondation, canicule, ...).

Impact sur l'existant :



C.2.2.3 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°2 (zones résidentielles et tissus urbains mixtes)

Le règlement est adapté à la fois :

- au contexte résidentiel de cette zone, en ayant un traitement intermédiaire entre celui effectué sur les centres historiques (dispositions les plus strictes au regard de leur valeur patrimoniale) et celui prévu au sein des zones économiques (dispositions les plus soupes au regard de la vocation de la zone).

- au profil urbain des communes concernées. Un gradient règlementaire est donc défini entre les communes rurales (ZP2a), les communes urbaines ou périurbaines (ZP2b) et la ville centre (ZP2c).

Justification des dispositions règlementaires en ZP2a

Les règles les plus restrictives sont imposées dans cette sous-zone, considérant que la publicité a peu sa place dans des communes rurales et qu'il est nécessaire de conserver les paysages villageois existants.

Aujourd'hui, peu de dispositifs sont installés sur ces espaces alors que la loi y autorise :

- la publicité murale jusqu'à 4 m² pour les communes situées en dehors de l'unité urbaine de Montpellier (Beaulieu, Montaud, Murviel-lès-Montpellier, Restinclières, Saint-Drézéry, Saint-Geniès-des-Mourgues, Sussargues),

- la publicité murale et scellée au sol jusqu'à 12 m² pour les communes situées dans l'unité urbaine de Montpellier (Saussan, Laverune).

Ainsi, afin de préserver la qualité des quartiers résidentiels de ces communes, la publicité murale, scellée ou installée au sol y est interdite.

Dans les conditions fixées aux articles R581-42 à 47 du code de l'Environnement, la publicité sur mobilier urbain reste autorisée pour les mêmes raisons qu'en ZP1. Elle y est limitée à 2 m², format qui apparait le plus adapté à l'identité villageoise de ces communes.

Conformément aux dispositions nationales, la publicité numérique est interdite.

Impact sur l'existant :



Sur les communes concernées, les règles applicables à la publicité sont donc les mêmes entre ZP1a et ZP2a. La distinction de zonage réside dans les dispositions applicables aux enseignes, différentes selon que l'on soit dans l'une ou l'autre des zones.

Justification des dispositions réglementaires en ZP2b

Dans ces communes au profil plus urbain, un compromis est recherché entre préservation du cadre de vie et marge de manœuvre laissée à l'affichage publicitaire et aux préenseignes.

Pour répondre à ce double enjeu :

- > le règlement limite la publicité à certains supports (publicité sur mobilier urbain et publicité murale) et l'interdit sur d'autres (publicité au sol).
- > Le format maximum est limité à 2,5 m² au lieu des 12 m² autorisés dans le code de l'Environnement, format qui apparaît plus adapté au contexte urbain (zones essentiellement résidentielles) et à son espace de perception (bâtiments proches de la route, emprise limitée des espaces publics).
- > La publicité numérique est autorisée uniquement sur mobilier urbain (dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, comme imposé par le code de l'environnement).

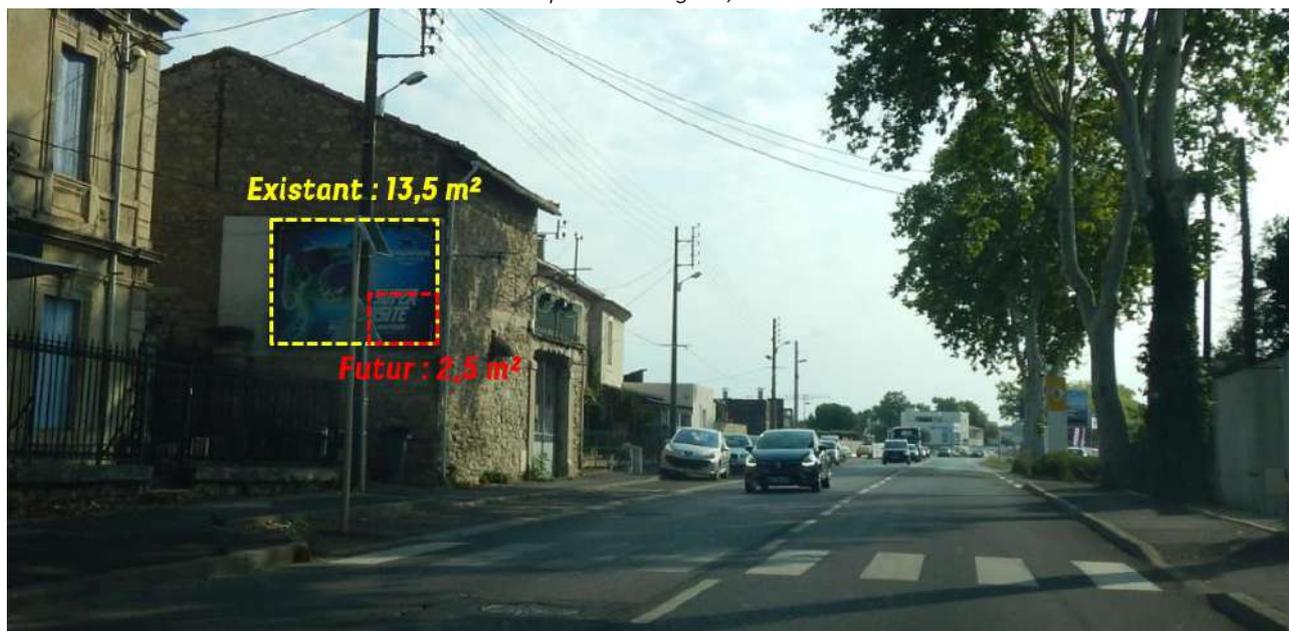
La réglementation nationale définissant des hauteurs maximales différentes selon que l'agglomération appartient ou non à l'unité urbaine de Montpellier (6 ou 7,5 m), le RLPi harmonise la hauteur des enseignes murales à 6 mètres, soit la hauteur minimum imposée par le code de l'environnement.

Impact sur l'existant :



Simulation de l'impact liée à la réduction des formats (dimension affiche + encadrement) :

Exemple : Baillargues, RN113



Exemple : Prades-le-Lez, entrée de ville Nord



Justification des dispositions règlementaires en ZP2c

La ZP2c concerne uniquement la ville centre, Montpellier.

Le règlement reprend en grande partie les dispositions règlementaires existantes sur les « radiales » du RLP en vigueur (ZPR4), qui apparaissent aujourd'hui pertinentes pour limiter de façon significative la publicité, tout en laissant une marge de manœuvre plus importante qu'en ZP2a et b en termes de format et de supports utilisés. Ceci en cohérence avec le caractère de ville « Centre ».

Ces dispositions sont étendues à l'ensemble des voies ouvertes à la circulation publique traversant les quartiers résidentiels et tissus mixtes de la ville, là où s'imposent aujourd'hui des règles plus souples (ZPR7 du RLP en vigueur).

Ainsi :

- le format maximum est limité à 9,6 m²,
- la publicité scellée au sol est autorisée uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie publique est supérieure à 50 mètres linéaire. En dehors des « radiales », le RLPi va sur ce point plus loin que le RLP en vigueur, qui fixe un minimum de 20 mètres uniquement.

Pour aller encore plus loin, le RLPi fixe un maximum de 2 dispositifs sur les unités foncières de plus de 100 mètres de long (sans possibilité d'installer des dispositifs supplémentaires par tranche de 20 ou 30m supplémentaires comme c'est le cas aujourd'hui sur les radiales et dans les quartiers, ZPR4 et ZPR7).

La publicité numérique est autorisée sur les trois supports afin de laisser une marge de manœuvre à l'innovation. Afin de limiter son impact visuel, elle est limitée à 2,5 m². Il est noté que ce type de dispositif reste soumis à autorisation du maire.

Impact sur l'existant :



C.2.2.4 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°3

Dans le RLP en vigueur, la ville de Montpellier a d'ores et déjà imposé des règles spécifiques le long de ses entrées de villes et grandes voies urbaines. Elles permettent aujourd'hui d'encadrer de façon importante l'emprise publicitaire sur ces axes les plus fréquentés de la ville et les plus soumis à la pression publicitaire.

Le diagnostic a mis en évidence la pertinence des dispositions en vigueur sur la ville, qui permettent, via une restriction forte des possibilités d'affichage au sol, d'y avoir une densité relativement modérée de la publicité. Le format était identifié comme globalement cohérent avec le profil des voies.

Photos de l'existant :

**D21 – Axe
Lattes >
Montpellier**

Arrivée sur Port
Marianne



**D65 – Sortie
Montpellier
Ouest > La
Croix
d'Argent**

Av. du Colonel
Pavelet



**D65 – La
Croix
d'Argent >
Les Cévennes**

Av. des Vanières
Av. de la Recambale



**Les Cévennes
> Le Pont
(Castelnau)**

Av. Henri Mares
Av. de la Justice de
Castelnau



D65

Plan des Quatre seigneurs >

Celleneuve



Entrée Est de Montpellier

Av. François Delmas



Entrée Sud-Est de Montpellier
Av. Pierre Mendes France



Pertinentes, ces dispositions sont conservées telles qu'elle et étendues aux autres grands axes de la métropole.

Ainsi :

- le format maximum des publicités murales est limité à 9,6 m²,
- le format maximum des publicités au sol est limité à 2,5 m² (soit 2m² dimension affiche). Cette disposition va rendre non conformes les panneaux de 12 m² placés le long de la D613 à Vendargues et de l'avenue de l'Europe à Castelnau-le-Lez.
- la publicité scellée au sol est autorisée uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie publique est supérieure à 50 mètres linéaire.

Simulation de l'impact liée à la réduction des formats (dimension affiche + encadrement) sur Vendargues et Castelnau-le-Lez :

Exemple : Vendargues, D613



Exemple : Castelnau-le-Lez, avenue de l'Europe



Pour aller encore plus loin et encadrer davantage l'emprise visuelle de la publicité, le RLPi fixe un maximum de 2 dispositifs sur les unités foncières de plus de 100 mètres de long (sans possibilité d'installer des dispositifs supplémentaires par tranche de 30m supplémentaires comme c'est le cas aujourd'hui en ZPR3A).

Comme en ZP2c, la publicité numérique est autorisée sur les trois supports afin de laisser une marge de manœuvre à l'innovation. Afin de limiter son impact visuel, elle est limitée à 2,5 m².

C.2.2.5 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°4

A l'échelle de chaque commune, c'est au sein de cette zone à vocation économique que les dispositions réglementaires sont les plus souples en matière de publicité et de préenseignes.

Son éloignement aux zones de protection patrimoniale (à l'inverse des pôles économiques des cœurs de ville et village) permet d'y laisser une marge de manœuvre dans le type de supports publicitaires autorisés et leur format. En revanche, des règles de densité sont imposées afin de répondre aux enjeux de lisibilité des messages publicitaires et des façades commerciales.

Le règlement est adapté à la fois :

- au contexte économique de cette zone,
- au profil des différentes zones d'activités,
- aux possibilités réglementaires offertes par la réglementation nationale.

Justification des dispositions réglementaires en ZP4a :

La zone ZP4a couvre les zones économiques situées en agglomération en dehors de l'unité urbaine de Montpellier et dans les communes à l'identité rurale de l'unité urbaine.

En dehors de l'unité urbaine de Montpellier, la réglementation nationale y interdit aujourd'hui la publicité au sol et limite la publicité murale à 4 m².

Ces dispositions apparaissent adaptées au caractère économique des zones concernées. Le RLPi conserve donc les dispositions nationales telles quelles. Dans un souci de cohérence globale du projet, ces dispositions sont étendues aux zones économiques des communes rurales situées dans l'unité urbaine de Montpellier.

La limitation à un dispositif mural par unité foncière permet d'encadrer un peu plus l'emprise de l'affichage publicitaire.

La publicité numérique y est interdite, en cohérence avec les dispositions nationales.

La réglementation nationale définissant des hauteurs maximales différentes selon que l'agglomération appartient ou non à l'unité urbaine de Montpellier (6 ou 7,5 m), le RLPi harmonise la hauteur des enseignes murales à 6 mètres, soit la hauteur minimum imposée par le code de l'environnement.

Justification des dispositions réglementaires en ZP4b :

La zone ZP4b couvre les zones économiques d'intérêt local, situées en agglomérations urbaines et périurbaines de l'unité urbaine de Montpellier.

Le profil des zones concernées est donc le même qu'en ZP4a, à la différence près qu'elles appartiennent à l'unité urbaine de Montpellier. Dans un souci de cohérence globale, les règles applicables à la publicité murale sont donc les mêmes qu'en ZP4a.

En revanche, contrairement à la ZP4a, la réglementation nationale y autorise la publicité au sol. Au regard des usages et du besoin connu aujourd'hui sur ces zones à vocation économique, il est apparu nécessaire de conserver cette possibilité réglementaire. Ces dispositifs permettent notamment la mise en place de « totem » support privilégié pour un jalonnement rationnel et efficace des activités économiques d'un secteur.

La ZP4b autorise donc la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol. Afin d'éviter une surabondance de supports scellés au sol :

- ce type de publicité est autorisé uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie publique est supérieure à 30 mètres linéaire.

- il doit être placé à au moins 10 mètres de la voie. Il s'agit ici de conserver essentiellement la publicité placée sur les espaces de stationnement, éloignée des abords de voies et donc des espaces les plus visibles d'un point de vue paysager.

A une distance supérieure à 10 mètres de la voie publique, la densité des publicités murales et scellée au sol n'est pas réglementée : le RLPi vise à encadrer en priorité les dispositifs les plus visibles, placés au plus près des axes, soit dans une bande de 10 mètres. Au-delà, les enjeux paysagers sont moindres, les dispositifs restent donc régis par les dispositions nationales.

Dans un souci de cohérence des formats avec la publicité murale, la publicité au sol est limitée à 4m².

Justification des dispositions réglementaires en ZP4c :

La zone ZP4c couvre les zones économiques d'intérêt métropolitain ainsi que les principales zones commerciales de la métropole.

Dans ces grandes zones économiques de l'unité urbaine de Montpellier, une marge de manœuvre plus importante est laissée en matière de format et de support d'affichage publicitaire (au regard des ZP4a et b). Ceci en cohérence avec la vocation des zones économiques concernées (zones commerciales) ou de leur envergure.

Ainsi :

- tout type de support est autorisé,

- le format maximum est limité à 9,6 m²,

Toutefois, afin d'éviter une surabondance de dispositifs publicitaires, d'améliorer la lisibilité des messages et des enseignes, le RLPi :

- autorise la publicité au sol uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie publique est supérieure à 30 mètres linéaires. Ce linéaire de 30m est apparu le plus pertinent afin de conjuguer réduction de l'emprise publicitaire et marge de manœuvre laissée à acteurs économiques. Il permet une suppression d'environ 30% des dispositifs en place sur l'axe Vendargues/Le Crès et sur l'axe Saint-Jean-de-Védas/GaroSud/Prés d'Arène. Cf. *Simulation ci-après.*

- limite la densité à un dispositif par unité foncière dans une bande de 10 mètres le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique,

- interdit la publicité sur clôture, comme dans l'ensemble des zones de publicité.

Comme en ZP4b, à une distance supérieure à 10 mètres de la voie publique, la densité des publicités murales et scellée au sol n'est pas règlementée : le RLPi vise à encadrer en priorité les dispositifs les plus visibles, placés au plus près des axes, soit dans une bande de 10 mètres. Au-delà, les enjeux paysagers sont moindres, les dispositifs restent donc régis par les dispositions nationales.

Enfin, au regard du profil de ces zones (vocation commerciale ou envergure de la zone d'activité), la publicité numérique est autorisée sur l'ensemble des supports, dans la limite toutefois de 4 m² afin de limiter leur impact visuel.

Simulation de l'impact liée à la réduction des formats (dimension affiche + encadrement) sur Saint-Jean-de-Védas :



Résultats des simulations réalisées dans le cadre du travail de co-construction avec les communes, pour le choix du linéaire minium d'unité foncière nécessaires pour pouvoir installer une publicité au sol en ZP4c :

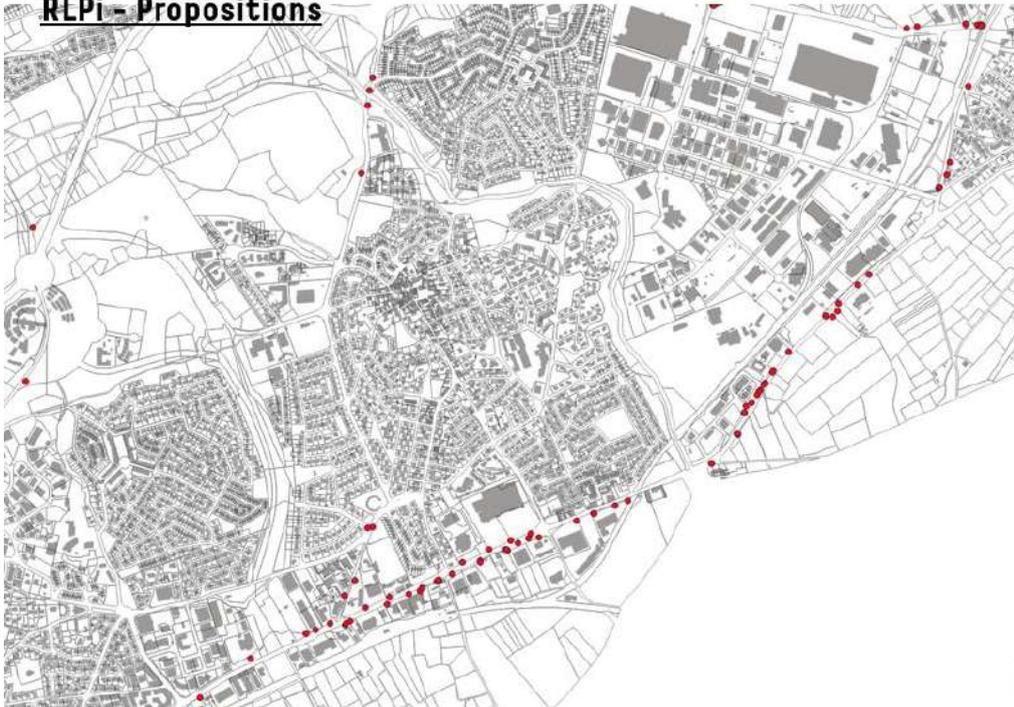
Exemple sur l'axe Vendargues / le Crès (D613) :

1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Vendargues, Le Crès, Castelnau (Aube Rouge)

RLPi - Propositions



**Simulation 1 –
Etat actuel**

**64 dispositifs scellés
au sol sur domaine
privé (hors mobilier
urbain)**

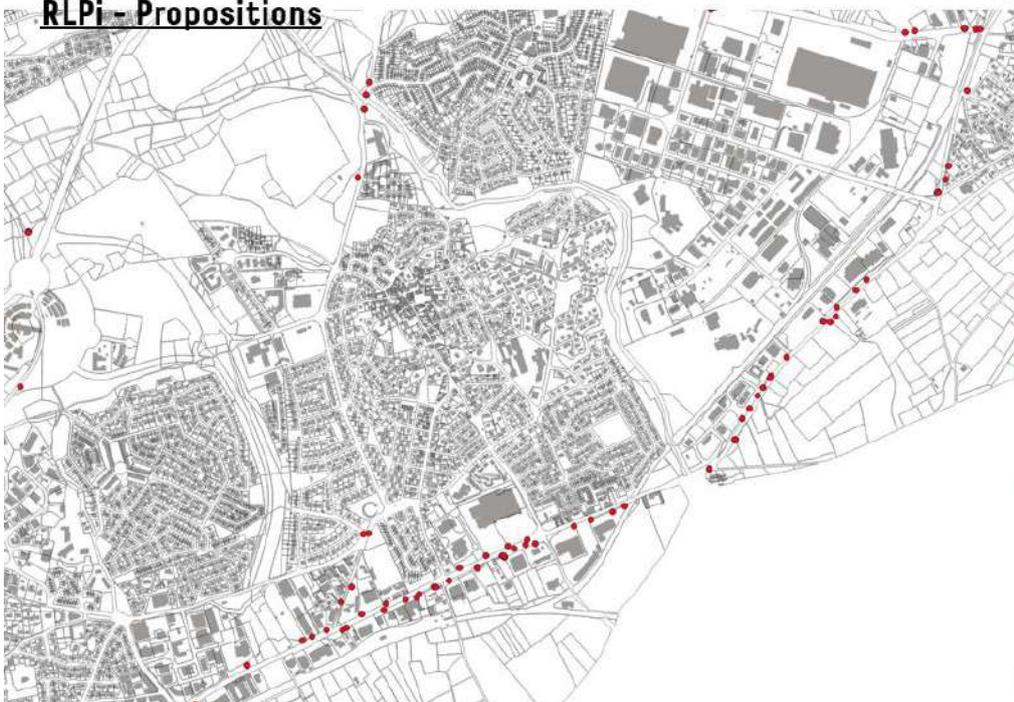
24

1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Vendargues, Le Crès, Castelnau (Aube Rouge)

RLPi - Propositions



**Simulation 2 –
Etat si simple
respect des
dispositions
nationales**

**- 8% de dispositifs
par rapport au scénario 1**

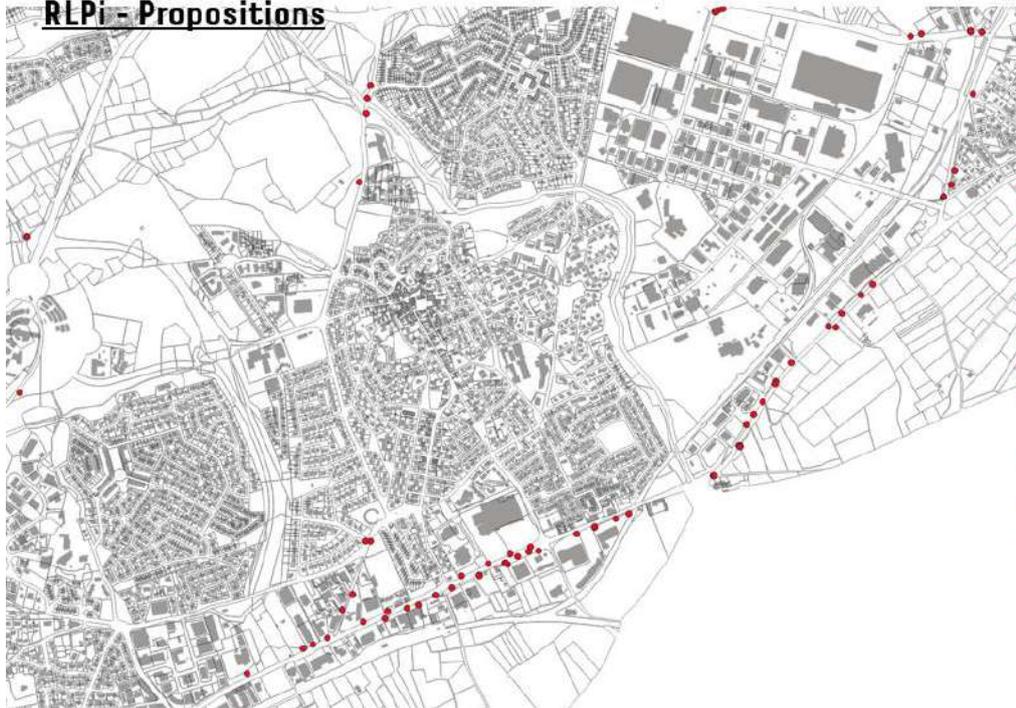
25

1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Vendargues, Le Crès, Castelnau (Aube Rouge)

RLPi - Propositions



Simulation 3 – Etat si interdiction de publicité sur unités foncières de longueur $\leq 30m$ le long de la voie

- 19% de dispositifs par rapport au scénario 1

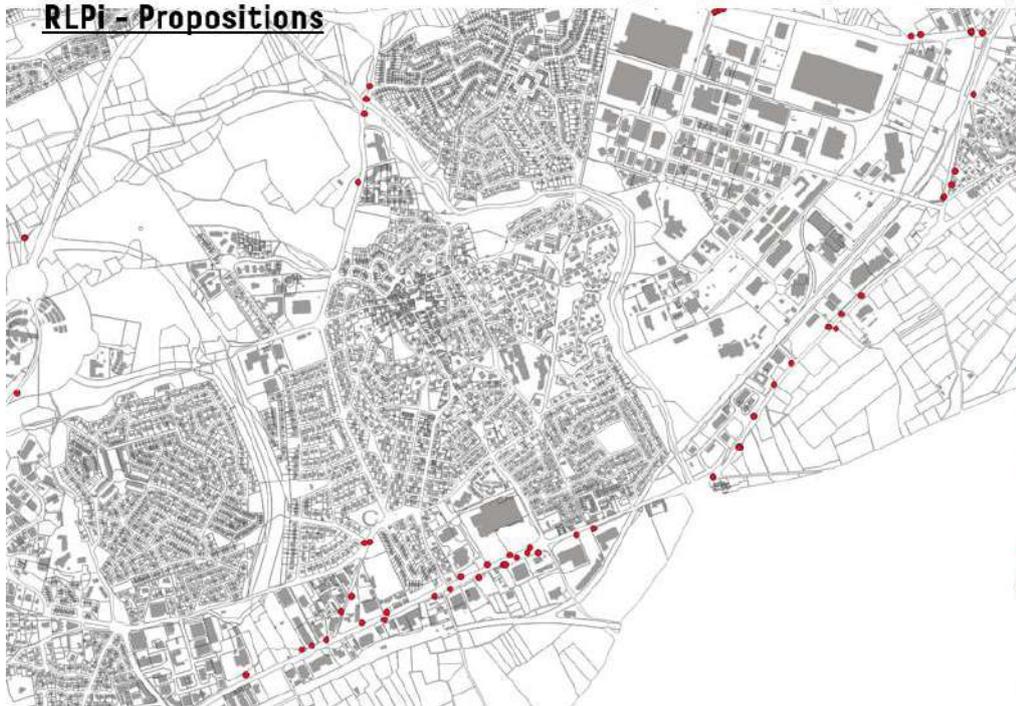
26

1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Vendargues, Le Crès, Castelnau (Aube Rouge)

RLPi - Propositions



Simulation 4 – Etat si interdiction de publicité sur unités foncières de longueur $\leq 30m$ le long de la voie avec un maximum de 1 dispositif par unité foncière le long de chaque voie

- 33% de dispositifs par rapport au scénario 1

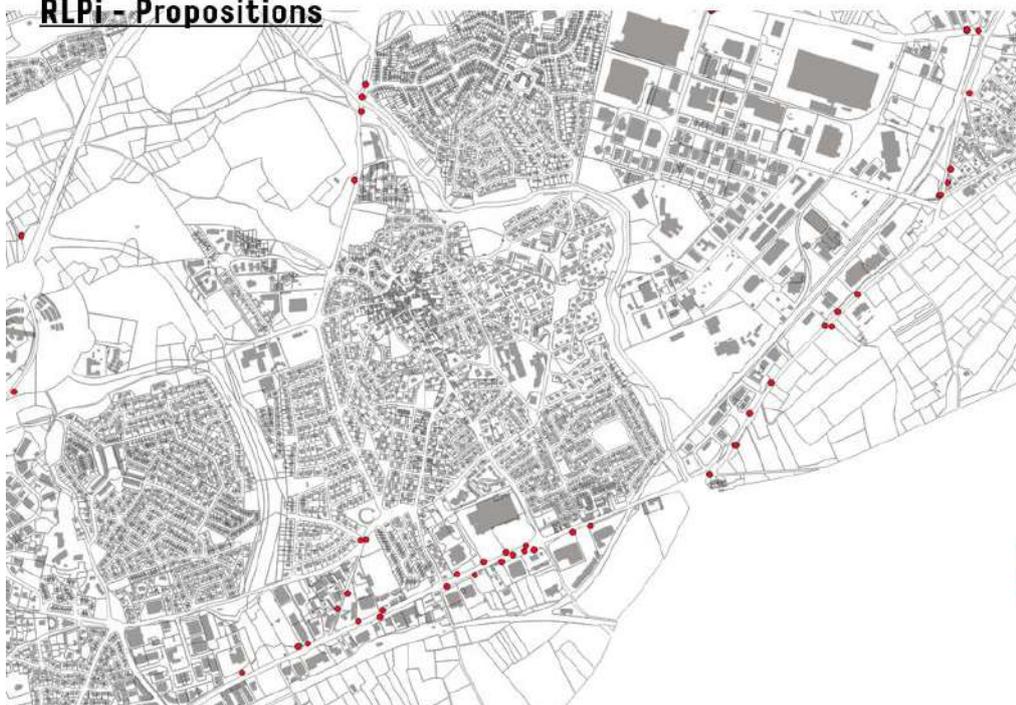
27

1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Vendargues, Le Crès, Castelnau (Aube Rouge)

RLPi - Propositions



**Simulation 5 –
Etat si
interdiction de
publicité sur
unités foncières
de longueur $\leq 50m$
le long de la voie
avec un maximum
de 1 dispositif par
unité foncière**

**- 40% de dispositifs
par rapport au scénario 1**

28

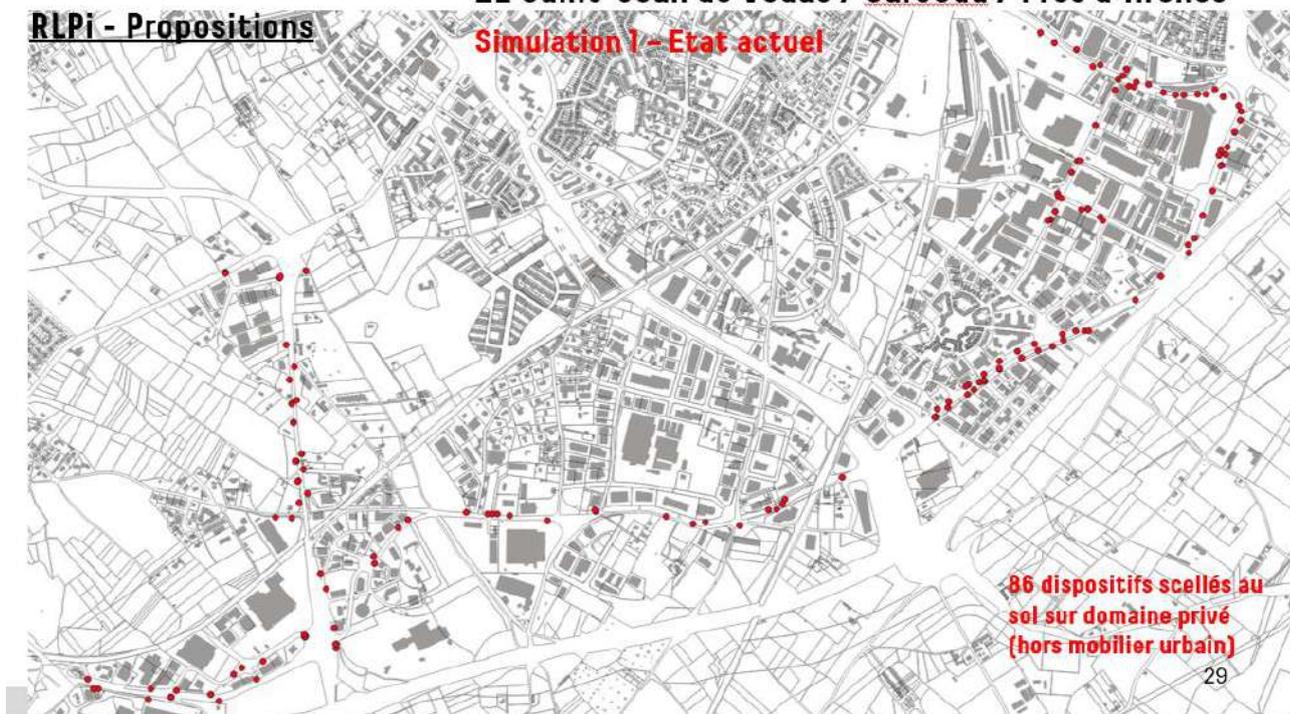
Exemple sur la traversée des zones économiques Saint-Jean-de-Védas / Montpellier

1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Saint-Jean de Védas / GaroSud / Prés d'Arènes

RLPi - Propositions



Simulation 1 – Etat actuel

**86 dispositifs scellés au
sol sur domaine privé
(hors mobilier urbain)**

29

1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Saint-Jean de Védas / GaroSud / Prés d'Arènes

RLPi - Propositions

Simulation 2 – Etat si simple respect des dispositions nationales



1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Saint-Jean de Védas / GaroSud / Prés d'Arènes

RLPi - Propositions

Simulation 3 – Etat si interdiction de publicité sur unités foncières de longueur $\leq 30m$ le long de la voie



1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Saint-Jean de Védas / GaroSud / Prés d'Arènes

RLPi - Propositions



1 / Publicité scellée au sol

Simulation

ZE Saint-Jean de Védas / GaroSud / Prés d'Arènes

RLPi - Propositions



Transcription réglementaire des orientations du RLPi en matière de publicité et préenseignes :

Orientations/objectifs du RLPi	Traduction dans le zonage et le règlement
<p> Valoriser la qualité du cadre de vie sur l'ensemble du territoire</p>	
<p>Proscrire sur l'ensemble du territoire les formats 12 m².</p>	<p>Le format maximum autorisé sur la métropole est 9,6 m² (en ZP2c, ZP3 et ZP4c).</p>
<p>Fixer des formats maximum plus restrictifs et adaptés aux caractéristiques urbaines de chaque secteur (zones commerciales, zones résidentielles, ville centre, ...).</p>	<p>Le format maximum autorisé est en effet adapté à la vocation de la zone.</p> <p>Selon les caractéristiques urbaines de chaque secteur (zones commerciales, zones résidentielles, ville centre, ...), il est limité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sur mobilier urbain, à 2 ou 8 m² - au sol et sur mur, à 2,5, 4 ou 9,6 m².
<p>Encadrer la densité publicitaire pour réduire l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire.</p>	<p>Sur l'ensemble des zones, la densité publicitaire est limitée via les outils suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - interdiction de la publicité sur clôture, - interdiction des dispositifs scellés au sol dans certaines zones, - introduction d'un linéaire minimum d'unité foncière pour pouvoir installer une publicité au sol, - limitation du nombre maximum de publicité par unité foncière (1 ou 2 selon les cas).
<p>Pérenniser les secteurs aujourd'hui globalement bien préservés de l'affichage publicitaire.</p>	<p>Les secteurs concernés (identifiés au diagnostic) sont zonés en ZP1, ZP2a, ZP2b ou ZP3. Dans ces zones, l'interdiction de certains supports, la réduction des formats maximum autorisés et les règles de densité permettent de limiter de façon significative les possibilités d'affichage et donc de préserver la qualité des paysages existants.</p>
<p>Intégrer des règles de recul pour toute publicité implantée devant une baie d'habitation, afin de préserver le cadre de vie de tout habitant.</p>	<p>Le RLPi impose à l'article P0.5 « Un dispositif publicitaire, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. »</p>
<p> Valoriser les axes d'entrée vers la 1ère couronne métropolitaine, pôles d'échange</p>	
<p>Améliorer la qualité paysagère des axes Baillargues/Vendargues/Le Crès/Castelnau-le-Lez/Montpellier, Saint-Jean de Védas/Montpellier et Lattes/Montpellier, en y réduisant la densité publicitaire. Une harmonisation du traitement de ces axes dans leur ensemble est recherchée.</p>	<p>Le règlement des zones ZP2c et ZP3 permet de limiter de façon significative les possibilités d'installation des publicités et d'enseignes scellées au sol. Ceci a dans le sens d'une amélioration de la qualité de ces entrées de territoire.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Nécessaire mutualisation des enseignes scellées ou installées au sol, > Publicité au sol autorisée uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est supérieure à 30m. > Réduction des formats maximum autorisés.

Préserver la qualité des axes aujourd'hui peu impactés par l'affichage publicitaire.	Les secteurs concernés sont zonés en ZP2a, ZP2b ou ZP3. Dans ces zones, l'interdiction de certains supports, la réduction des formats maximum autorisés et les règles de densité permettent de limiter de façon significative les possibilités d'affichage et donc de préserver la qualité des paysages existants.
Anticiper les conséquences du développement ou de la requalification de certains pôles d'équipements et commerces, facteur d'attractivité publicitaire : interdire la publicité sur les murs de clôture le long des grands axes (et en particulier la RD5), encadrer l'affichage en sortie de la nouvelle gare Sud de France, etc.	L'article P0.1 interdit la publicité sur clôture.
 Encadrer l'affichage publicitaire dans les secteurs remarquables et les centres-villes	
Privilégier l'affichage sur mobilier urbain dans les centres-villes et nouveaux quartiers d'architecture remarquable de la métropole, encadrer les formats.	Parmi les dispositifs soumis à déclaration préalable, seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée en ZP1. La publicité murale et scellée au sol est interdite. Concernant les quartiers d'architecture remarquables, ils sont classés en ZP1 ou ZP2 avec des règles spécifiques (certains supports interdits, formats, densité) permettant de répondre à l'objectif.
Encadrer la publicité sur les axes d'entrée du centre-ville de Montpellier et ses quatre sites patrimoniaux remarquables	Les secteurs concernés sont zonés en ZP2c. La publicité y est encadrée via des règles de densité et de format.
Limiter l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire dans les cônes de vue d'intérêt, identifiés en agglomération.	Les secteurs concernés sont zonés en ZP2a, ZP2b ou ZP3. Dans ces zones, l'interdiction de certains supports, la réduction des formats maximum autorisés et les règles de densité permettent de limiter de façon significative les possibilités d'affichage et donc de préserver la qualité des paysages existants.
 Limiter la pollution lumineuse	
Une plage d'extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l'Environnement sera envisagée sur certains secteurs, afin de réduire les atteintes à l'environnement.	L'article P0.7 impose à ce que « La publicité lumineuse est éteinte entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celle supportée par un abri destiné au public installé sur le domaine public »

C.3 | Justification des choix règlementaires relatifs aux enseignes

Principe général de conception du règlement

Les enseignes étant soumises à autorisation du maire et de l'architecte des bâtiments de France dans les zones protégées, le règlement a été conçu de façon à limiter le nombre de prescriptions : cibler les critères qualitatifs les plus incontournables et laisser une marge de manœuvre sur le reste. L'objectif est de conserver une marge d'appréciation la plus large possible, de permettre à des projets innovants de trouver leur place dans l'environnement (si judicieux et intégrés). Il s'agit de ne pas contraindre la décision du maire sur des critères figés, amenés à évoluer en termes de standards esthétiques ou d'intégration paysagère.

Concernant les dispositions applicables hors agglomération : dans un souci de traitement cohérent entre les zones économiques situées en agglomération et celles situées hors agglomération, les dispositions applicables hors agglomération sont les mêmes qu'en ZP4b.

C.3.1 | Prescriptions communes à l'ensemble des zones

C.3.1.1 | Interdictions d'enseignes (E0.1)

Le RLP interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou pouvant impacter de façon significative la lisibilité du patrimoine bâti :

- les enseignes sur clôture non aveugle,
- les enseignes sur les arbres.
- les enseignes sur les volets,
- les enseignes sur des éléments d'architecture de façade s'agissant notamment des garde-corps, encadrements de baies, des corbeaux en pierre soutenant les étages, des décors en reliefs et tout autre motif décoratif. Il s'agit ici de laisser visibles ces éléments de patrimoine.
- les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol si elles sont apposées sur support souple. On parle ici des banderoles tendues entre deux pieds scellés ou installées directement sur le sol.

C.3.1.2 | Intégration architecturale de l'enseigne (E0.2)

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne. Ainsi, au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones), il s'agira de veiller à ce que :

- l'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ;
- l'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade ;
- le choix des matériaux et couleurs des enseignes scellées sur façade se fasse en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.

C.3.1.3 | Enseigne lumineuse (E0.3)

L'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses (dont numériques) vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse).

C.3.2 | Dispositions applicables aux enseignes sur toiture

Considérant que les enseignes sur toiture peuvent impacter de façon significative le paysage urbain, le RLPi réglemente strictement ce type de dispositif. En effet, placées en hauteur au-dessus des bâtiments, souvent de grande dimension, ces enseignes sont généralement très perceptibles dans le paysage urbain.

C'est pourquoi, en agglomération, le RLPi les autorise uniquement dans les zones d'activité ZP4, considérant qu'elles y ont pleinement leur place sur des secteurs économiques dédiés. En revanche, elles sont interdites dans les centres-villes et noyaux villageois (ZP1), dans les zones résidentielles et tissus urbains mixtes (ZP2) et le long des voies urbaines et périurbaines particulières (ZP3). Dans ces trois zones, l'objectif est de privilégier les enseignes murales.

En ZP4, bien qu'elles soient autorisées, une vigilance est portée sur l'emprise visuelle de ce type d'enseigne. En effet, la réglementation nationale autorise les enseignes sur toiture dans des conditions relativement souples (article R581-62 du code de l'Environnement) :

« Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. [...] »

[...], la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés, à l'exception de certains établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture. »

Afin d'assurer leur intégration paysagère et limiter leur emprise visuelle liée en particulier à la hauteur de l'enseigne, le RLPi définit les règles plus restrictives :

- une seule enseigne est autorisée par activité par unité foncière ;
- la limite des 1/5e de la hauteur de la façade qui supporte l'enseigne est étendue à l'ensemble des établissements, quelle que soit la hauteur de la façade ;
- la hauteur maximum de 3 mètres est étendue à l'ensemble des établissements, sans possibilité d'aller jusqu'à 6 mètres ;
- la réalisation de lettres ou de signes découpés est imposée pour toutes les enseignes sur toiture, plus qualitatives que des enseignes sur panneaux de fond.

Plusieurs zones économiques sont localisées hors agglomération. Dans un souci de traitement cohérent des enseignes sur l'ensemble des zones économiques du territoire, les enseignes sur toiture sont autorisées hors agglomération, dans les mêmes conditions qu'en ZP4.

C.3.3 | Dispositions applicables aux enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur

C.3.3.1 | Enseignes apposées sur mur de bâtiment

Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur sont les enseignes les plus utilisées par les établissements. Elles sont donc autorisées dans toutes les zones (et hors agglomération).

La réglementation nationale impose aujourd'hui à ce que (article R581-63 du CE) :

« Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés. [...] »

Ces dispositions apparaissent aujourd'hui adaptées pour assurer l'intégration paysagère et architecturale des enseignes.

Des simulations ont été réalisées afin d'évaluer la pertinence de restreindre à 15 ou 20% cette surface cumulée pour les façades commerciales inférieures à 50 m². Au regard de la grande diversité de devantures commerciales, il n'a pas été jugé pertinent de restreindre ce pourcentage. En effet, sur les petites devantures commerciales, la règle des 25% permet tout juste d'installer une enseigne parallèle et une enseigne perpendiculaire. Restreindre ce pourcentage pouvait s'avérer pénalisant pour certaines activités. Il a donc été jugé plus pertinent de répondre à cet enjeu au cas par cas, dans le cadre des autorisations d'installation d'enseignes.

En revanche, le RLPi limite la saillie de ce type d'enseigne à 10 cm, considérant que la réglementation nationale est sur ce point trop souple (25 cm, article R581-60 du CE). Un débord trop impactant à la façade peut engendrer un impact significatif sur la perception des bâtiments et des espaces publics.

C.3.3.2 | Enseignes apposées sur une clôture aveugle

Les clôtures constituent un support indispensable pour l'installation d'enseignes lorsque les bâtiments d'activités sont placés en retrait de la voie publique et donc peu visibles. Afin de laisser à chacun la possibilité de se signaler, les enseignes sur clôture sont donc autorisées dans toutes les zones.

Toutefois, au regard de leur proximité à la voie publique et de l'absence de règles spécifiques dans le code de l'Environnement, ces enseignes peuvent engendrer un impact significatif dans le paysage urbain (nombre, format). Des dispositions réglementaires sont donc imposées dans le RLPi afin de limiter leur emprise visuelle :

- elles sont interdites sur les clôtures non aveugles ;
- une seule enseigne est autorisée par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée ;
- leur format est encadré et adapté au caractère de chaque zone : 1 m² en centre-ville/ noyaux villageois (ZP1a) et dans les zones résidentielles/tissus urbains mixtes (ZP2 et ZP3), 2 m² dans les zones économiques d'intérêt local (ZP4a et b) et hors agglomération. Cette surface est portée à 4 m² dans les zones d'intérêt métropolitain et les grandes zones commerciales (ZP4c), format plus adapté à l'emprise du paysage perçu dans ces secteurs (recul et taille des bâtiments, larges emprises publiques, ...) ;
- dans les zones économiques et hors agglomération, le RLPi impose à ce que « Le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique, lorsque l'unité foncière est délimitée par une clôture aveugle de hauteur inférieure ou égale à 1,50 mètres, les enseignes sont soit fixées sur la façade du bâtiment, soit sur clôture. ». Il s'agit ici d'éviter une accumulation d'enseignes sur clôture, en particulier lorsque plusieurs activités sont implantées sur

une même unité foncière. L'idée est que, lorsque la façade du bâtiment est visible (soit généralement lorsque la clôture bordant l'unité foncière est de hauteur inférieure ou égale à 1,50 m), l'enseigne soit privilégiée sur la façade du bâtiment.

Aucune surface maximale n'est imposée en ZP1b. En effet, certains commerces ou équipements ont depuis toujours utilisé des enseignes de taille supérieures à 1m². Le musée d'art contemporain (MOCO), comme d'autres établissements, comptent des enseignes de plus grande dimension sur mur de clôture parfaitement intégrés à leur environnement ; c'est au cas par cas que leur intégration doit être validée au-delà de leur simple surface.

C.3.3.3 | Spécificité en zone résidentielle, lorsque la vocation principale du bâtiment est une habitation individuelle

Une règle vise à traiter de façon spécifique les bâtiments dont la vocation principale est une habitation individuelle. Il s'agit en effet d'encadrer de façon spécifique le développement d'activité au sein des lotissements, dans les habitations (micro-entrepreneurs, ...). Afin d'éviter l'installation d'enseignes de grands formats sur la façade ou la clôture, non adaptées au quartier, le règlement les limite à une enseigne murale de 1 m².

C.3.4 | Dispositions applicables aux enseignes apposées perpendiculairement à un mur

La loi encadre d'ores et déjà de façon satisfaisante ce type d'enseignes (article R581-61 du CE) :

« Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres.

Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon. »

Toutefois, il a été estimé que dans les centres-villes et les noyaux villageois, zones essentiellement piétonnes où l'enseigne perpendiculaire joue un rôle essentiel dans la perception des ruelles, des dispositions complémentaires devaient être imposées afin d'encadrer un peu plus ce type d'enseignes.

En cohérence avec les prescriptions de l'architecte des bâtiments de France, le RLPi impose :

- un maximum d'une seule enseigne par façade et par activité ;
- une saillie maximum de 0,8 mètres en bordure des voies dont la largeur entre les deux alignements est supérieure à 8 mètres ;
- les enseignes ne doivent pas dépasser le niveau inférieur des appuis de fenêtre du premier niveau, hormis si l'activité occupe l'ensemble des niveaux. Ceci afin d'assurer une certaine harmonie d'implantation des enseignes à l'échelle d'une rue et la lisibilité architecturale des étages.

Ces dispositions sont étendues aux zones résidentielles et tissus urbains mixtes (ZP2, ZP3) où il semble indispensable d'encadrer l'emprise visuelle de toutes les enseignes afin d'assurer la qualité du cadre de vie quotidien.

C.3.5 | Dispositions applicables aux enseignes scellées au sol ou installée directement sur le sol

A l'instar des enseignes sur clôture, les enseignes au sol peuvent s'avérer indispensables à la visibilité des activités lorsque les bâtiments sont placés en retrait de la voie publique et donc peu visibles.

Afin de laisser à chacun la possibilité de se signaler, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont donc autorisées dans toutes les zones.

Toutefois, au regard de leur proximité à la voie publique et de règles relativement souples du code de l'Environnement (non adaptées à la typologie de certains quartiers), ces enseignes peuvent engendrer un impact significatif sur le paysage urbain (nombre, format).

Rappel des dispositions du code de l'Environnement (article R581-64 et 65) :

« Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. »

« I. - La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R. 581-64 est de 6 mètres carrés.

Elle est portée à 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

II. - Ces enseignes ne peuvent dépasser :

1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;

2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large. »

Des dispositions réglementaires plus restrictives sont donc imposées dans le RLPi afin de limiter l'emprise visuelle de ce type d'enseignes.

Hors zones économiques dédiées (ZP1, ZP2, ZP3) :

- Une enseigne peut être scellée au sol uniquement si le bâtiment dans lequel s'exerce l'activité signalée est implanté en recul de plus de 4 mètres par rapport à la voie publique. Il s'agit ici d'éviter l'installation d'une enseigne au sol si la façade commerciale (et donc l'enseigne apposée à plat ou parallèlement à celle-ci) est suffisamment visible.

- Un seul dispositif est autorisé par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

- Son format est encadré et adapté au caractère de chaque zone, la hauteur adaptée en conséquence :

> 2 m² et 3m en centre-ville/ noyaux villageois (ZP1a) et dans les zones résidentielles/tissus urbains mixtes hors ville de Montpellier (ZP2a et b). Ce format est porté à 4 m² dans le cadre de supports mutualisés, format plus adapté pour pouvoir accueillir plusieurs enseignes sur un même support.

> 8 m² dans la zone résidentielle et tissus mixtes de Montpellier (ZP2c et ZP3), dans la continuité des dispositions du RLP en vigueur.

> 6 m² en ZP3 dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit sur la route de la Mer à Lattes et Pérols, dans un objectif d'harmonisation avec la surface des enseignes scellées au sol imposés au cœur de la zone attenante à cet axe (ZP4).

- Il est imposé à ce qu'un dispositif compte 2 faces maximum.

En zone économique (ZP4) et hors agglomération

- Un seul dispositif est autorisé par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
- Son format est encadré et adapté au caractère de chaque zone, la hauteur adaptée en conséquence :
 - > 4 m² et 4m de hauteur dans les zones économiques d'intérêt local (ZP4a et b).
 - > Format national dans les zones d'intérêt métropolitain et les zones commerciales (ZP4c, soit 6 ou 12m² selon la taille de l'agglomération).

Dans ces zones économiques dédiées, afin de laisser une souplesse à l'installation d'enseignes, le règlement n'impose pas de recul minimum du bâtiment pour pouvoir installer une enseigne au sol. En revanche, afin de limiter la surabondance de dispositifs au sol (dans ces zones économiques où s'accumulent également des publicités et préenseignes au sol), le RLPi impose à ce que « Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les enseignes doivent être regroupées sur des dispositifs mutualisés ».

Spécificité à la zone de publicité n°1 :

En ZP1, le règlement distingue les enseignes scellées au sol des enseignes installées directement sur le sol. Il s'agit ici d'éviter de voir se développer des formats de 2 m² sur les terrasses des restaurants par exemple. Ainsi, lorsque l'enseigne est installée directement sur le sol (exemple chevalets), l'enseigne est limitée à 1 m². Les oriflammes sont interdites, dispositifs souvent peu qualitatifs.

C.3.6 | Dispositions applicables aux enseignes apposées sur un store ou un parasol

Une attention particulière est portée à ce type d'enseigne dans les centres-villes, secteur à forte sensibilité paysagère et patrimoniale.

Afin d'éviter l'installation d'enseigne de grand format, l'enseigne est limitée au tombant du store ou du parasol.

C.3.7 | Dispositions applicables aux enseignes lumineuses

Considérant que l'éclairage d'une enseigne joue un rôle dans la perception du patrimoine architectural des centres-villes et noyaux villageois, l'éclairage est règlementé en ZP1. Ainsi, en cohérence avec les prescriptions appliquées par l'architecte des bâtiments de France, le RLPi impose à ce que :

- les enseignes lumineuses soient éclairées par projection ou transparence. Les autres types d'éclairage sont interdits.
- l'éclairage des enseignes apposées perpendiculairement à un mur soit exclusivement réalisé par transparence.

En ZP2 et ZP3, les enseignes lumineuses doivent ici aussi être éclairées par projection ou transparence. L'objectif dans ce secteur est d'assurer la qualité du cadre de vie, certaines enseignes lumineuses pouvant impacter de façon significative la qualité du cadre de vie nocturne.

C.3.8 | Dispositions applicables aux enseignes numériques

Au regard du fort impact visuel engendré par cette nouvelle forme d'enseignes, les enseignes numériques sont interdites en ZP1, ZP2, ZP3, ZP4a, ZP4b et hors agglomération.

Une marge de manœuvre leur est laissée en ZP4c où elles sont autorisées dans le format maximum autorisé pour les enseignes non numériques dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, et jusqu'à 8 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Elles sont toutefois interdites sur toiture, là où elles pourraient être perçues de très loin.

Transcription réglementaire des orientations du RLPi en matière d'enseignes :

Orientations/objectifs du RLPi	Traduction dans le zonage et le règlement
 Réduire l'impact visuel de certaines enseignes, améliorer la lisibilité des activités	
Encadrer la densité des enseignes au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.	Dans l'ensemble des zones, le nombre d'enseignes scellées ou installées directement sur le sol est limité à une le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. En ZP4, lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les enseignes doivent être regroupées des dispositifs mutualisés.
Adapter les formats à la typologie des quartiers (zones commerciales, pôles de proximité, quartiers résidentiels, ...)	Le format des enseignes au sol et des enseignes sur clôture est adapté au caractère de chaque zone.
Encadrer les enseignes sur murs de clôture et toitures, les interdire sur les murs non aveugles.	Le format des enseignes sur clôture est encadré (1, 2 ou 4 m ² selon les zones). Les enseignes sur clôtures non aveugles sont interdites. Les enseignes sur toiture sont encadrées : elles sont autorisées uniquement en ZP4 et hors agglomération. Elles sont interdites si numériques.
Encadrer les enseignes numériques.	Les enseignes numériques sont autorisées uniquement en ZP4c. Elles sont interdites sur clôture et limitées en format.
Limiter l'emprise visuelle des enseignes hors agglomération.	Hors agglomération, le format et la densité des enseignes au sol, sur clôture et sur toiture sont réglementés.
 Valoriser la qualité des centres historiques, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti	
Encadrer le format des enseignes, améliorer leur intégration paysagère.	Le format des enseignes perpendiculaires, des enseignes au sol et sur clôture est réglementé en ZP1. La saillie des enseignes murales est réglementée afin d'améliorer leur intégration paysagère. Les dispositions générales d'intégration architecturale de l'enseigne (article E0.2) visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne.

Interdire les enseignes numériques.	Au regard du fort impact visuel engendré par ce type de dispositif, les enseignes numériques sont interdites en ZP1.
 Limiter la pollution lumineuse	
Une plage d’extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l’Environnement sera envisagée.	L’article E0.3 impose à ce que « Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l’activité signalée a cessé. »

Synthèse des dispositions applicables aux enseignes

Cf. tableau ci-après

		Enseigne sur toiture	Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur	Enseigne apposée perpendiculairement à un mur	Enseigne au sol	Enseigne numérique
ZP1 - Centres villes, noyaux villageois						
ZP1a	Centres historiques et noyaux villageois	Interdite	Saillie : maximum 0,10m max Sur clôture : maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. 1 m² maximum en ZP1a	Maximum 1 enseigne façade par activité. Ne doit pas dépasser le niveau inférieur des appuis de fenêtre du 1 ^{er} niveau. Saillie : maximum 0,80m max	<u>Apposée au sol</u> : maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. 1 m² maximum <u>Scellée au sol</u> : autorisée uniquement si le bâtiment est en recul de plus de 4m de la voie publique. Maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. 2 m² maximum	Interdite
ZP1b	Centre-ville de Montpellier et ses faubourgs					
ZP2 - Zones résidentielles et tissus urbains mixtes						
ZP3 - Voies urbaines et péri-urbaines particulières						
ZP2a	Agglomérations « rurales »	Interdite	Saillie : maximum 0,10m max Si la vocation principale du bâtiment est une habitation individuelle : maximum 1 enseigne le long de chacune de voies ouvertes à la circulation publique. 1 m² maximum Sur clôture : maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. 1 m² maximum	Maximum 1 enseigne façade par activité. Ne doit pas dépasser le niveau inférieur des appuis de fenêtre du 1 ^{er} niveau. Saillie : maximum 0,80m max	Autorisée uniquement si le bâtiment est en recul de plus de 4m de la voie publique. Maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. ZP2a et b : 2 m² maximum, 4 m² pour dispositif mutualisé. ZP2c et ZP3 : RNP dans agglomérations de -10 00 habitants, 8 m² dans agglomérations de +10 00 habitants	Interdite
ZP2b	Agglomérations urbaines et péri-urbaines					
ZP2c	Ville centre (Montpellier)					
ZP3	Voies urbaines et périurbaines particulières					

ZP4 - Zones économiques (en agglomérations)

ZP4a	Zones économiques <u>HORS</u> unité urbaine de Montpellier et dans les communes « rurales » de l'unité urbaine.	Maximum 1 enseigne par activité par unité foncière Hauteur max : 1/5 de la hauteur de la façade, dans la limite de 3m.	Sur clôture : maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. ZP4a et b : 2 m² maximum ZP4c : 4 m² maximum Si la clôture est de hauteur ≤ 1,5m, l'enseigne est soit fixée sur la façade du bâtiment, soit sur la clôture.	<i>Non règlementée.</i>	Maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. Dispositifs mutualisés lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière. ZP4a et b : 4 m² maximum ZP4c : RNP	Interdite
ZP4b	Zones économiques <u>d'intérêt local</u> en agglomérations urbaines et périurbaines de l'unité urbaine de Montpellier.					
ZP4c	Zones économiques <u>d'intérêt métropolitain</u> + Principales zones commerciales de l'unité urbaine de Montpellier					Autorisée hormis sur toiture. Au sol : RNP dans agglomération - 10 000 habitants, 8 m² dans agglomérations de +10 00 habitants.

Hors agglomération

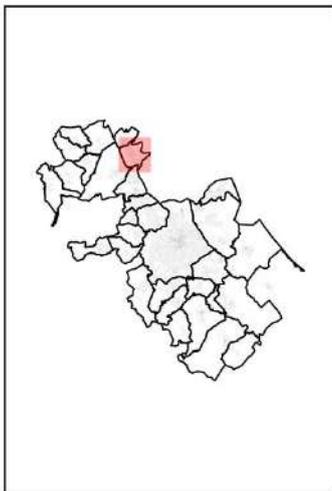
	Hors agglomération	Maximum 1 enseigne par activité par unité foncière Hauteur max : 1/5 de la hauteur de la façade, dans la limite de 3m.	Sur clôture : maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. 2 m² maximum Si la clôture est de hauteur ≤ 1,5m, l'enseigne est soit fixée sur la façade du bâtiment, soit sur la clôture.	<i>Non règlementée.</i>	Maximum 1 enseigne par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique. Dispositifs mutualisés lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière. 4 m² maximum	Interdite
--	--------------------	---	--	-------------------------	---	-----------

Annexes

*Périmètres réglementaires : zoom
cartographique par commune*

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de BAILLARGUES



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

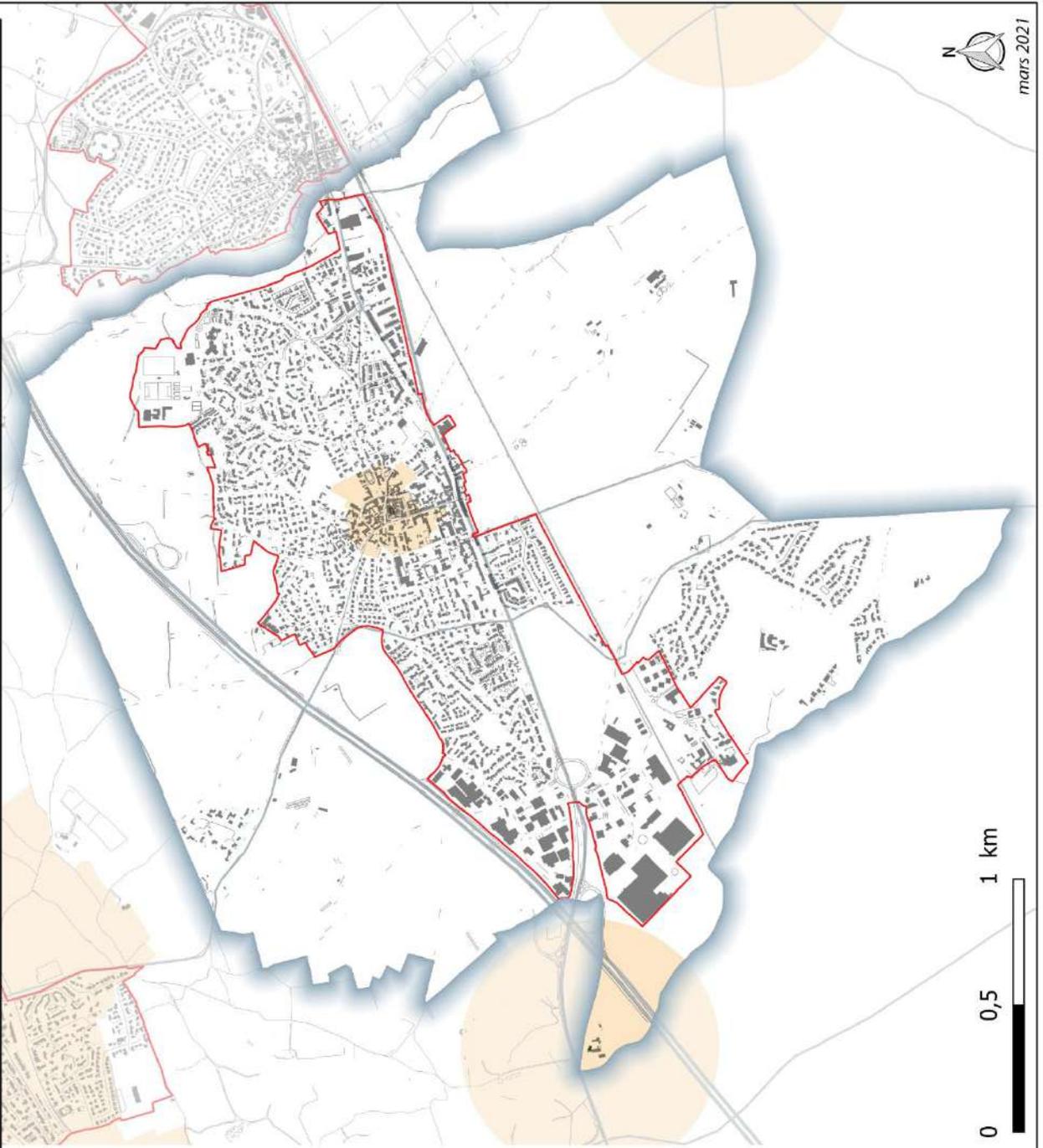
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

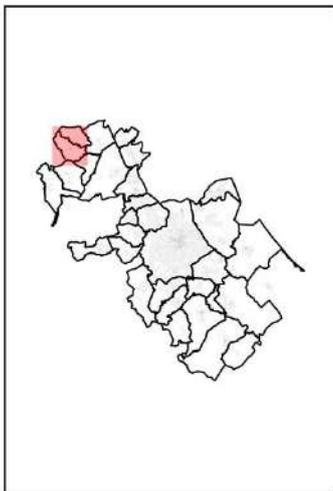
Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de **BEAULIEU**



Périmètres d'interdictions strictes

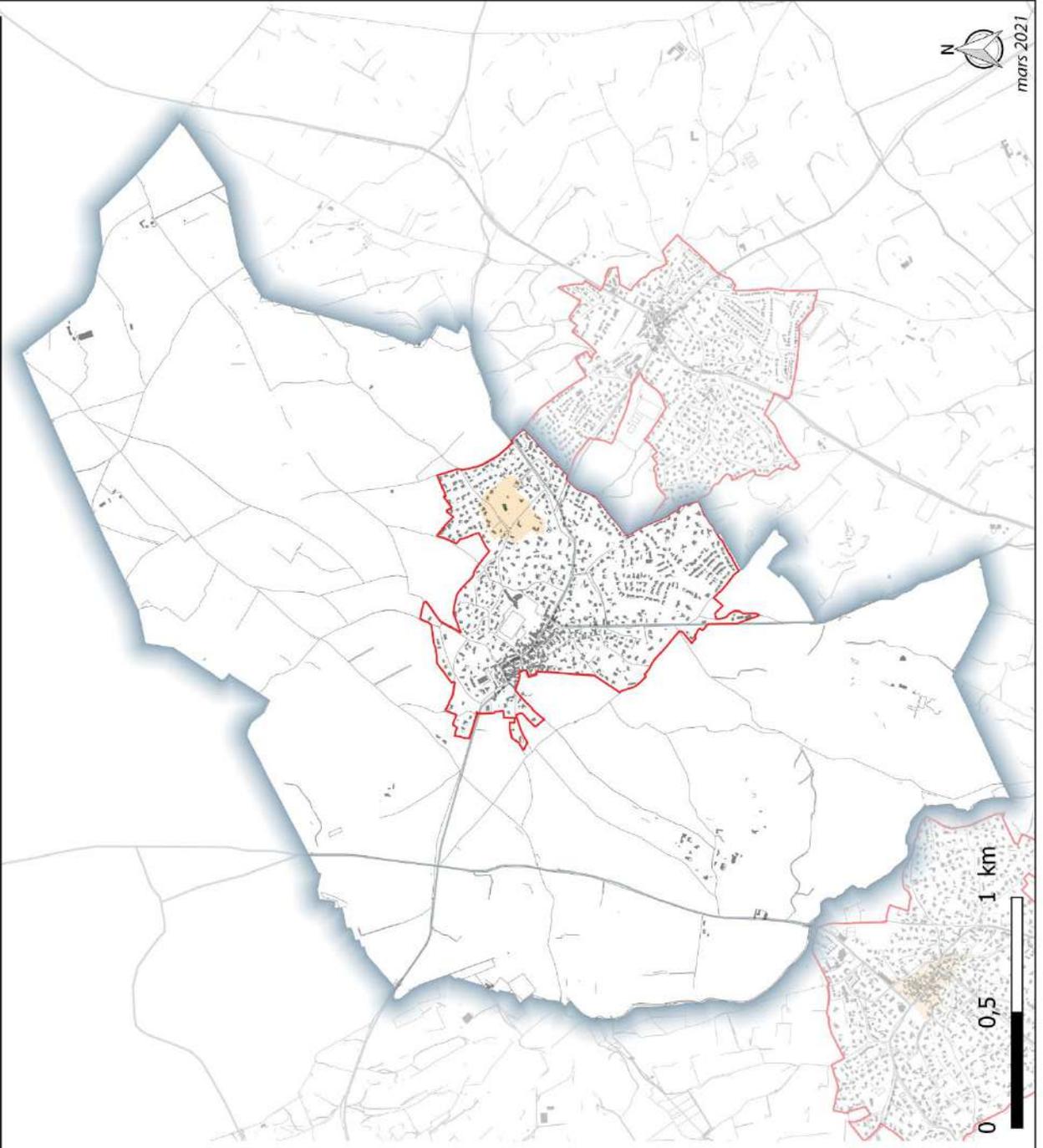
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

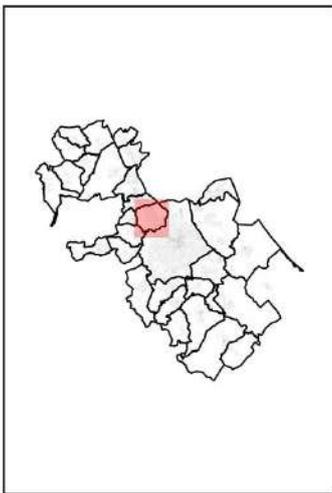
-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de CASTELNAU LE LEZ



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

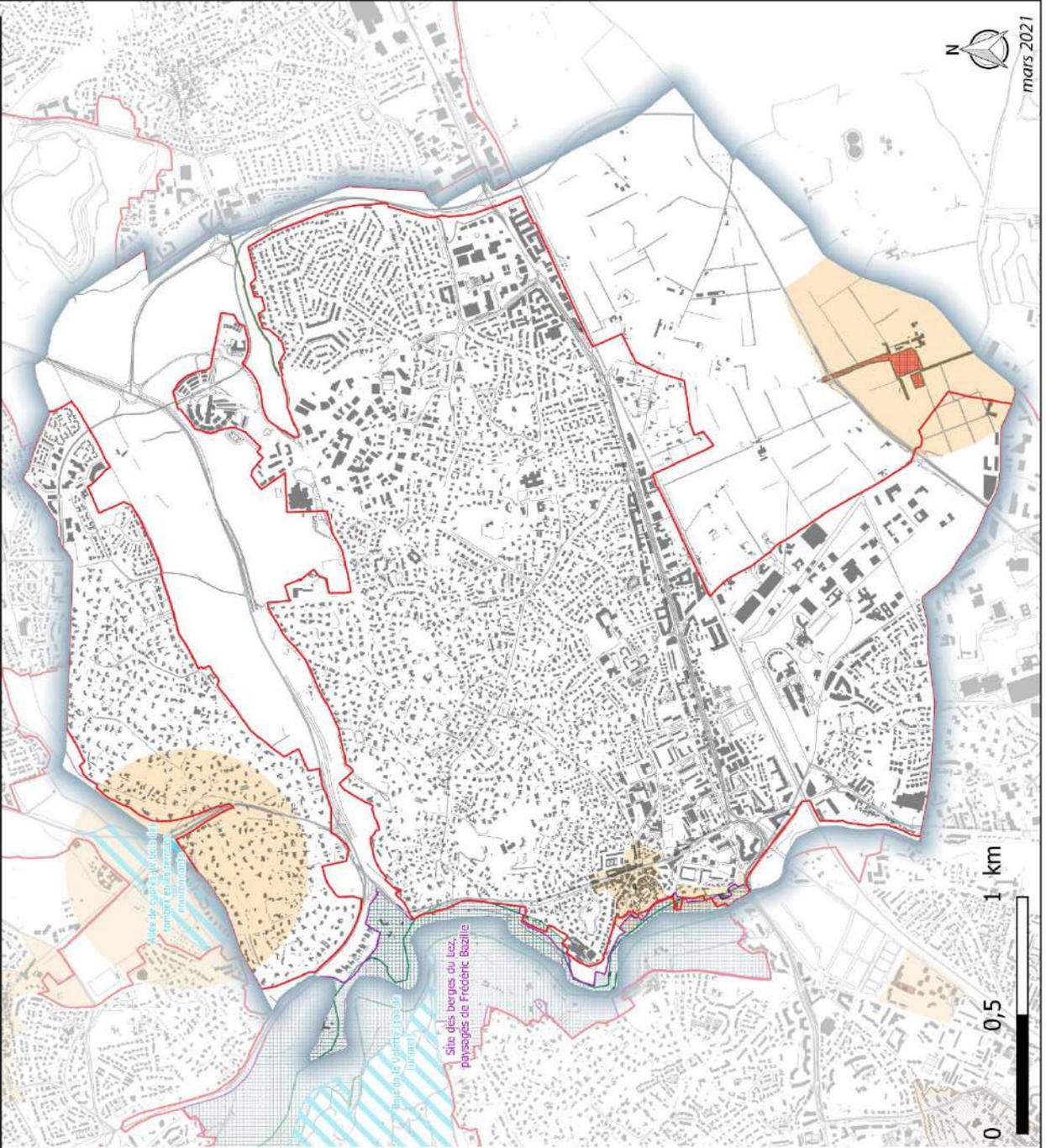
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

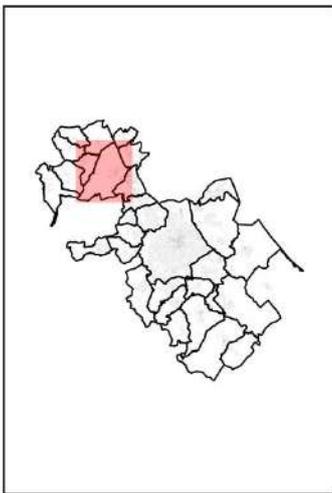
Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de CASTRIES



Périmètres d'interdictions strictes

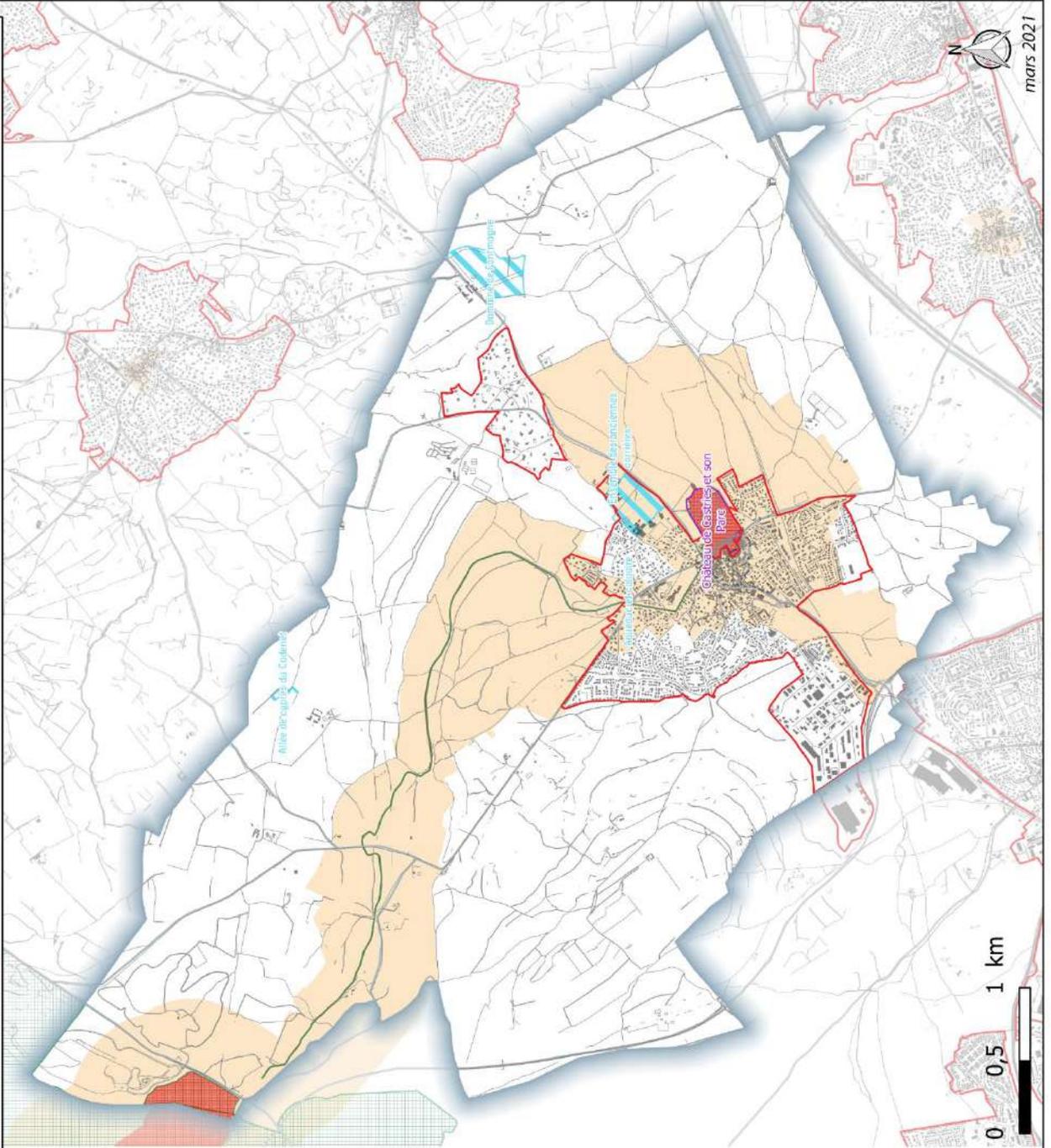
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

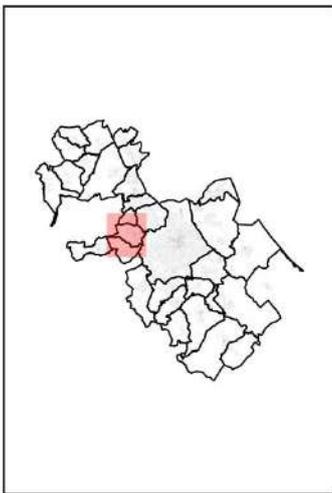
-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de CLAPIERS



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

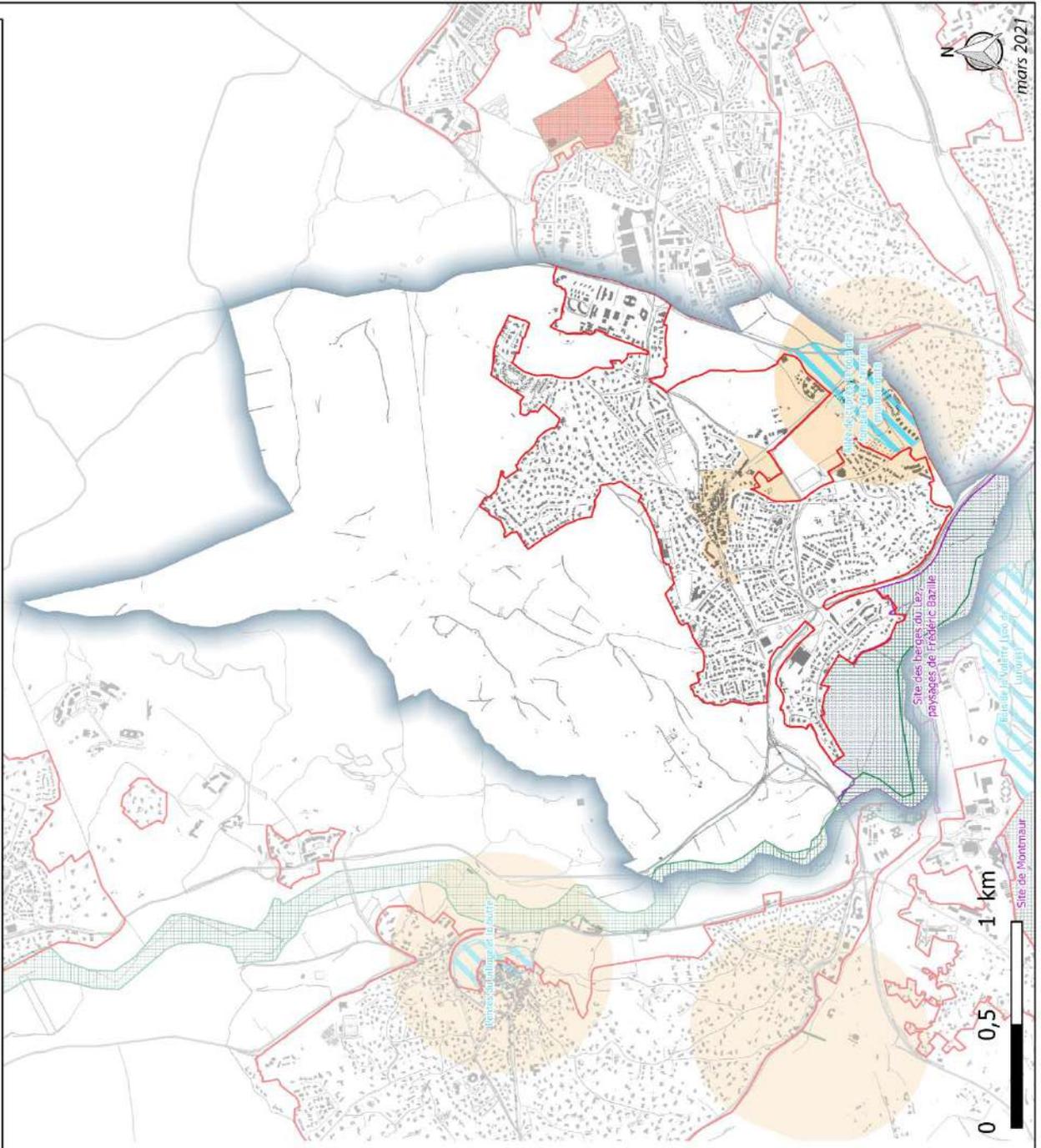
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

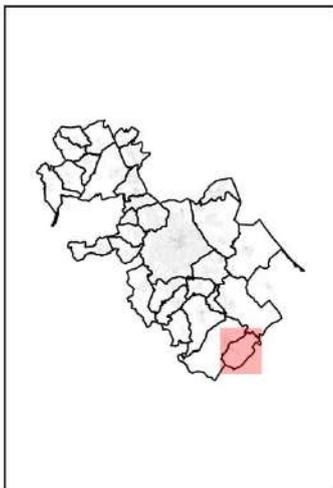
Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de COURNONSEC



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

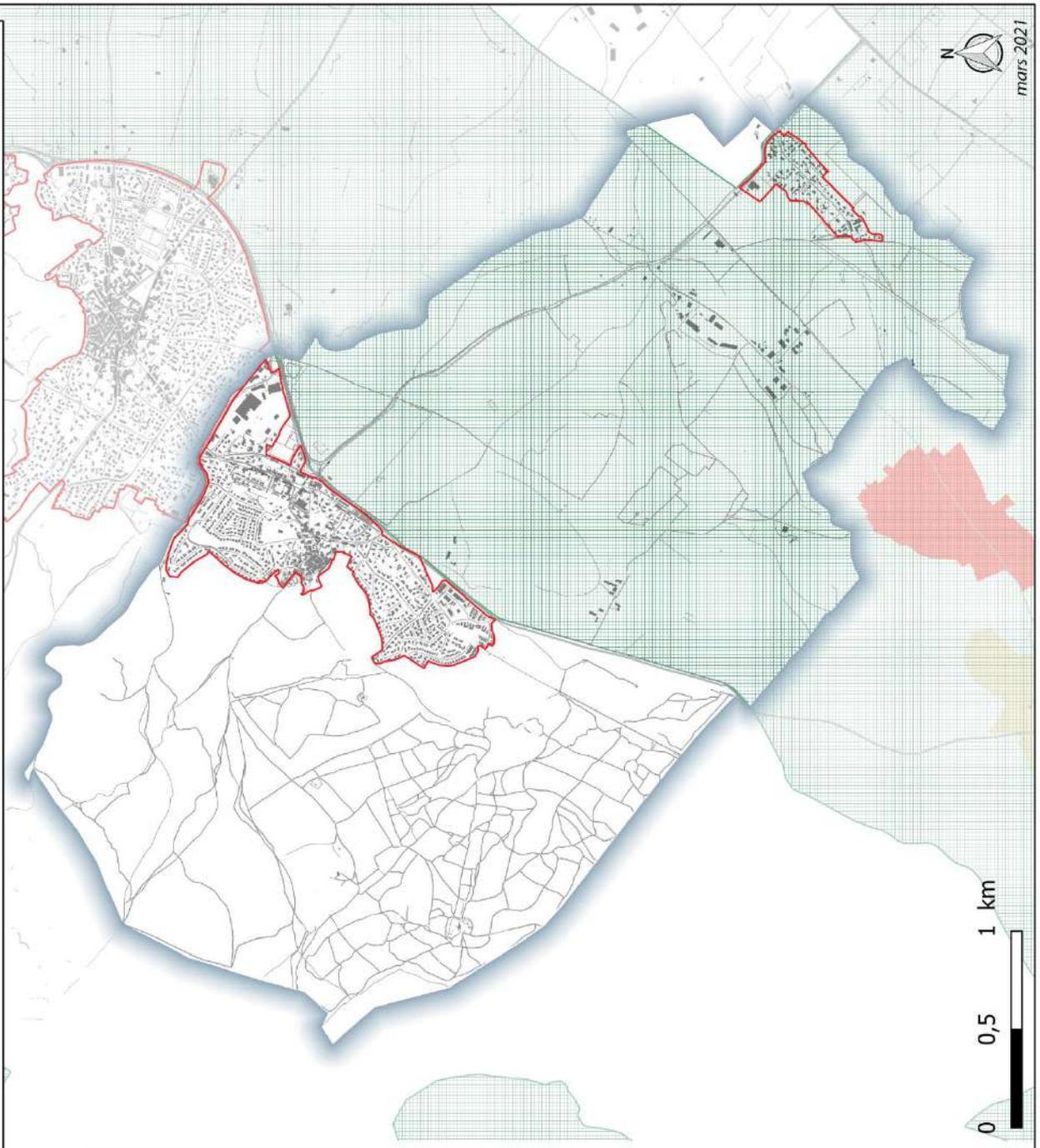
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire

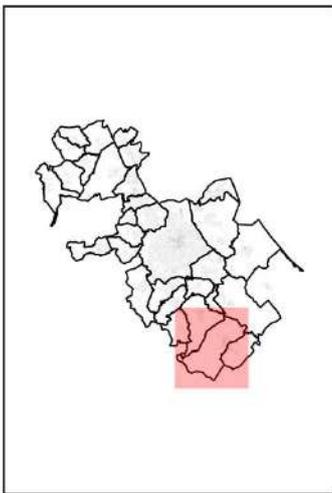


Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



even
CONSEIL

Commune de COURNONTERRAL



Périmètres d'interdictions strictes

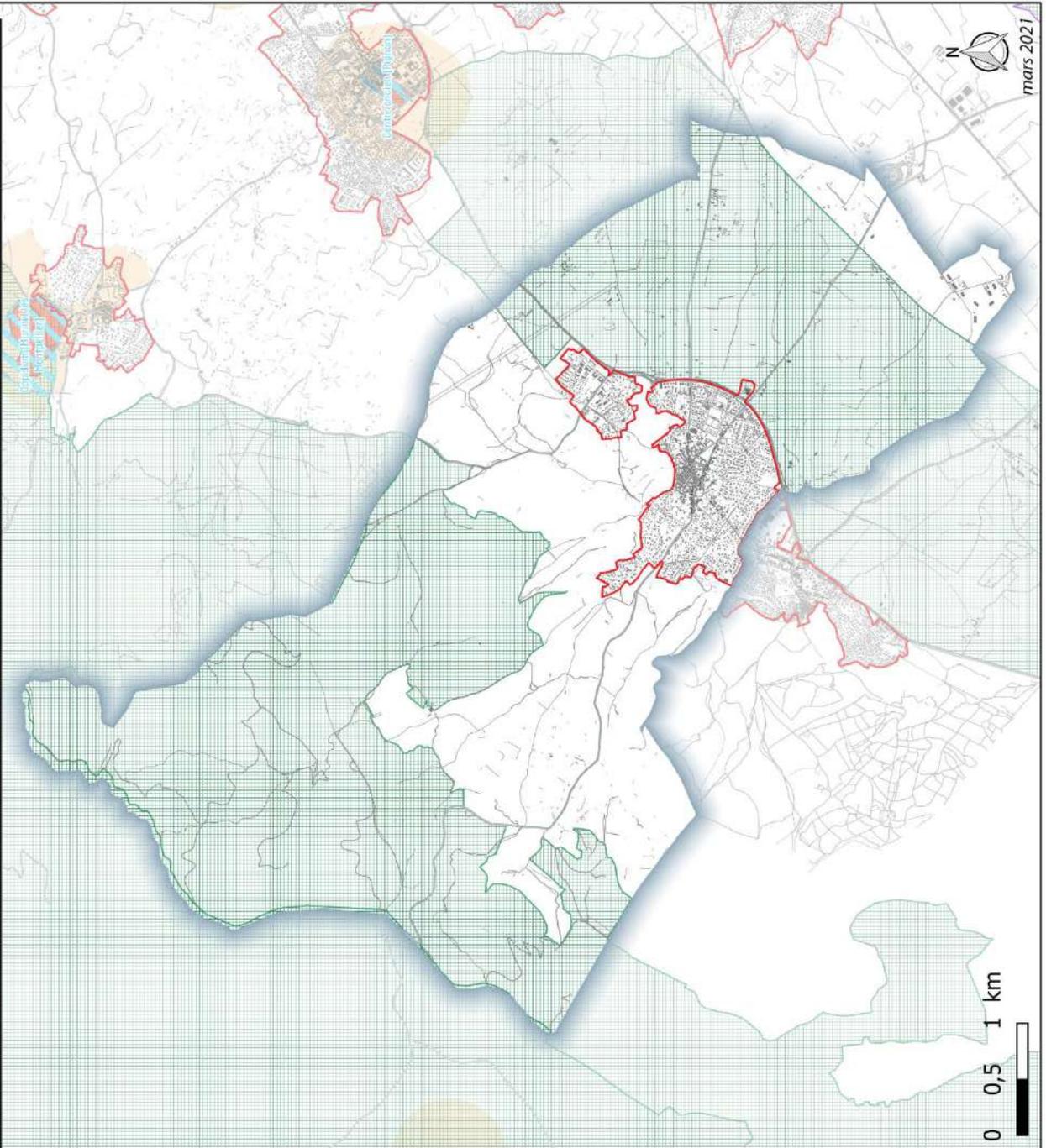
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

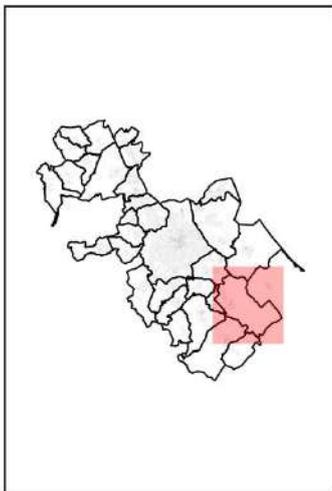
Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



mars 2021

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de FABREGUES



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

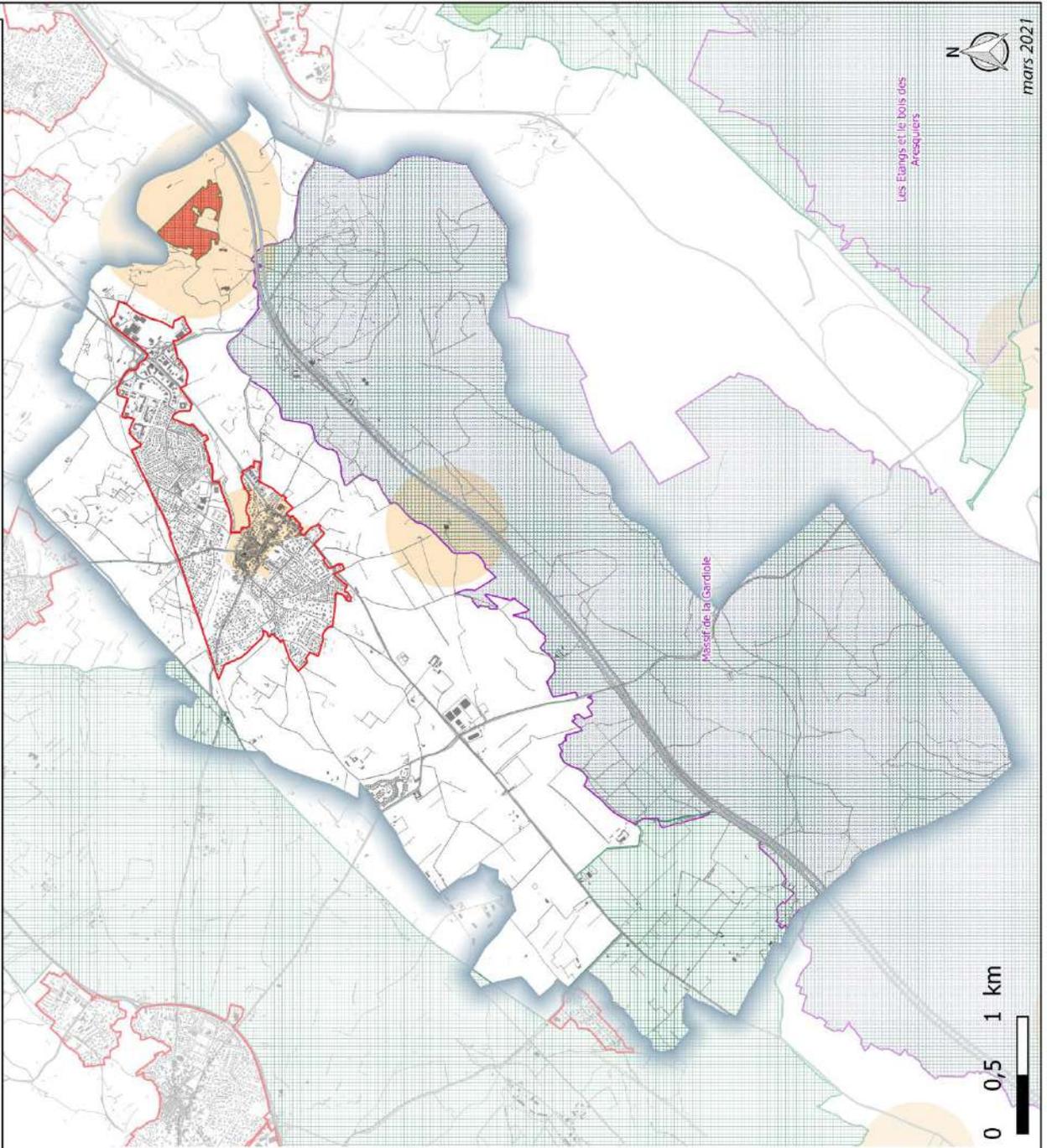
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

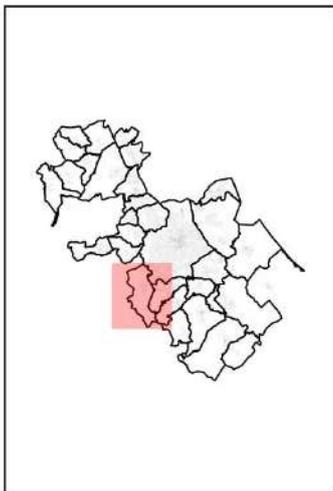
Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de GRABELS



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

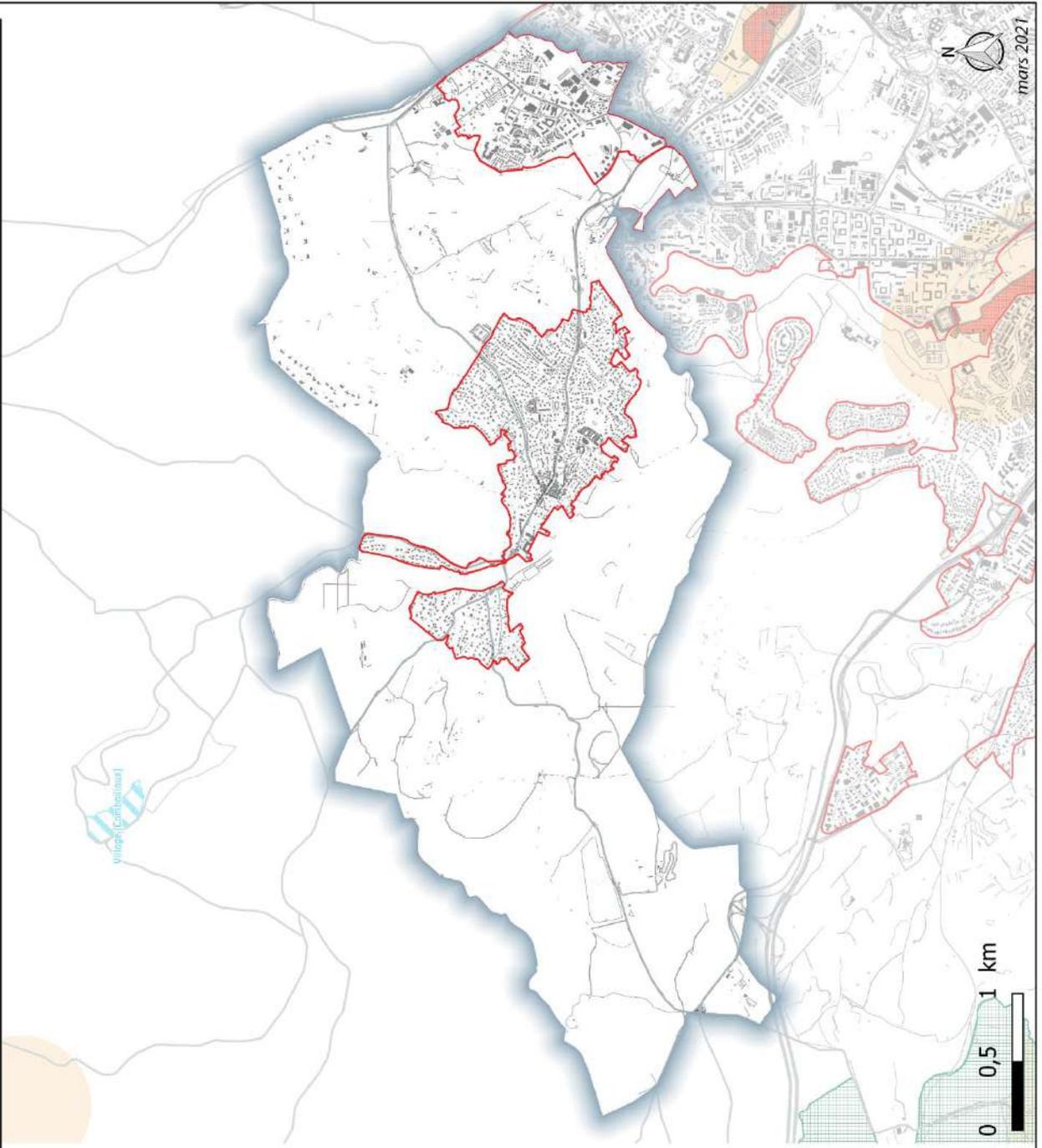
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)

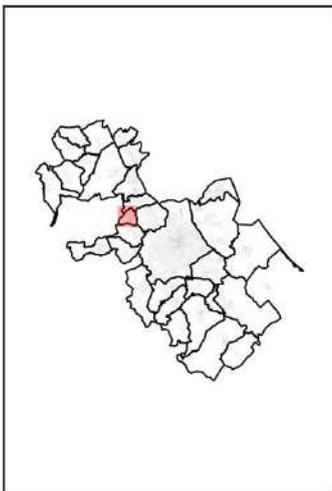
-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



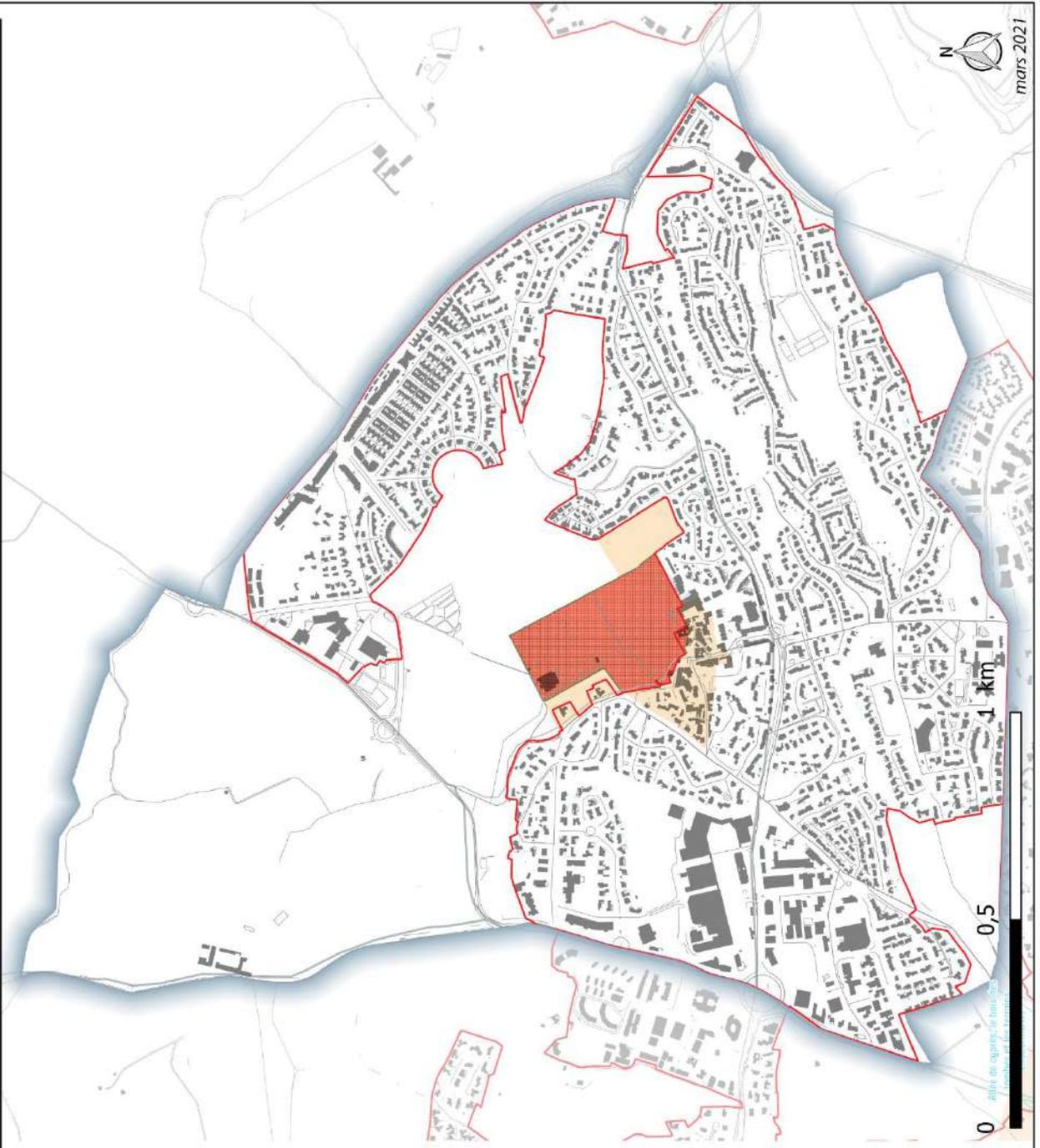
mars 2021

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de JACOU



	Site classé
	Réserve naturelle régionale
	Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques
	Abords des autoroutes
Périmètres d'interdictions strictes	
	Zone Natura 2000
	Site patrimonial remarquable
	Site inscrit
	Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)
Périmètre(s) d'agglomération(s)	
	Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de JUVIGNAC



Périmètres d'interdictions strictes

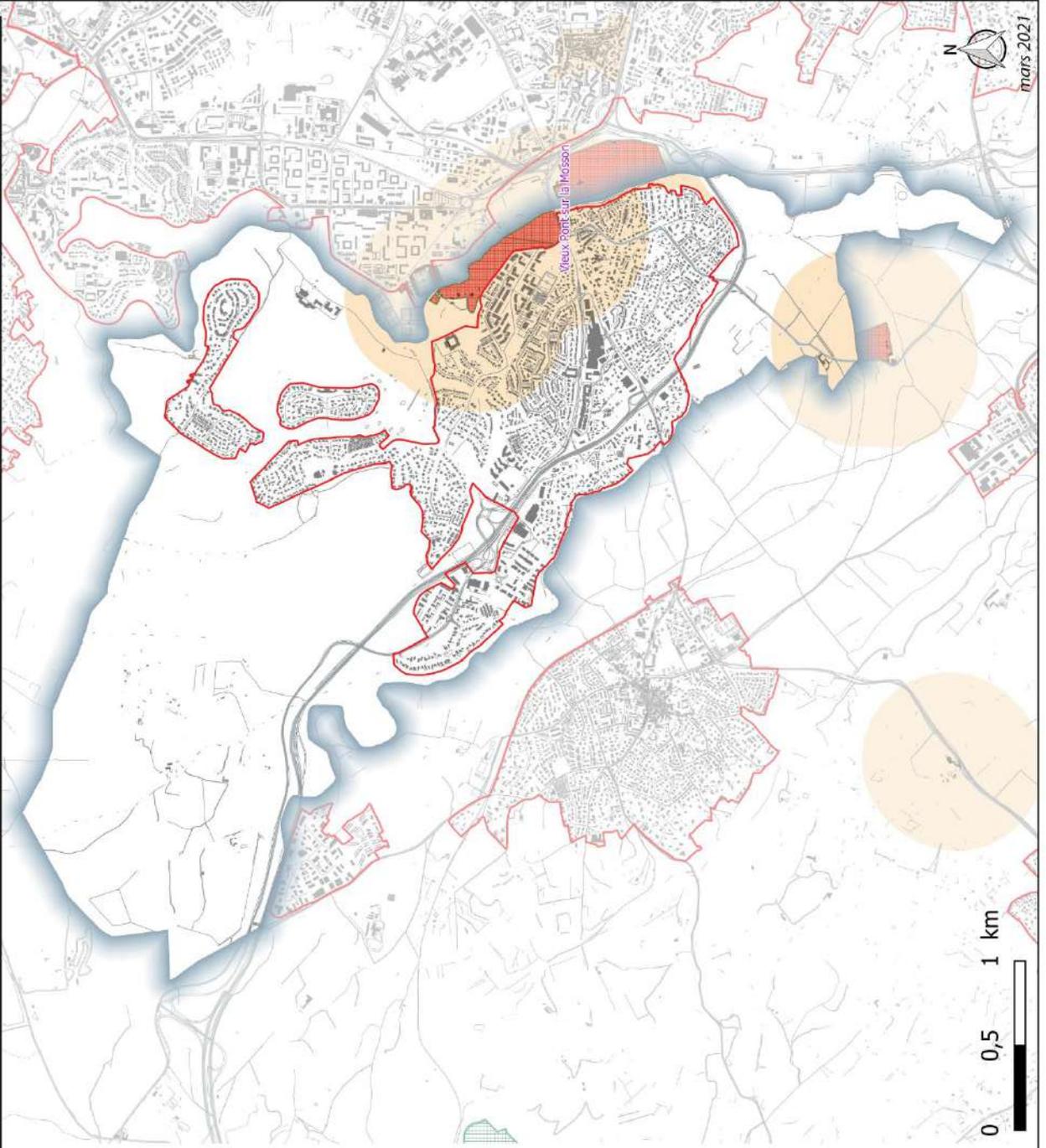
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

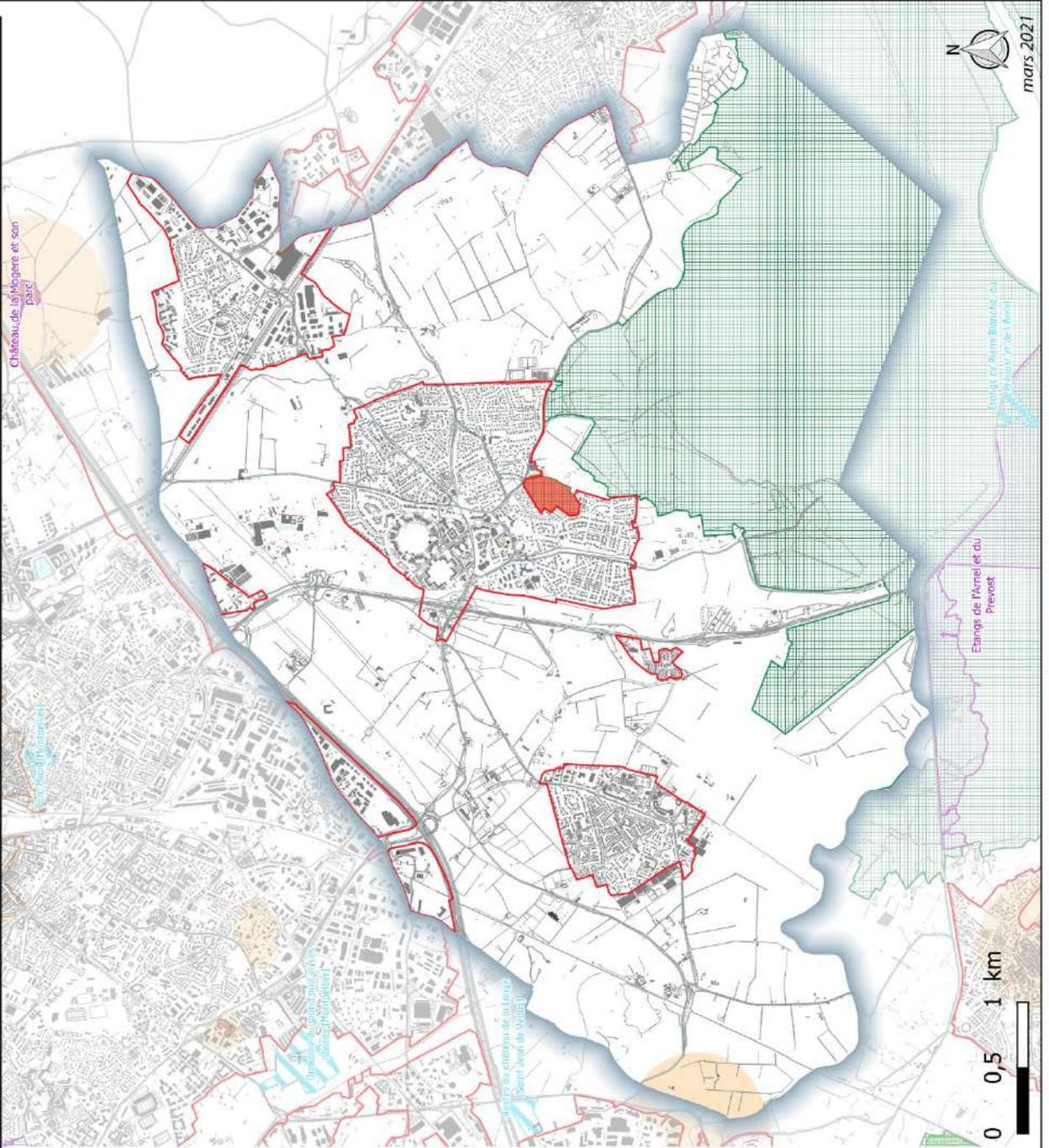
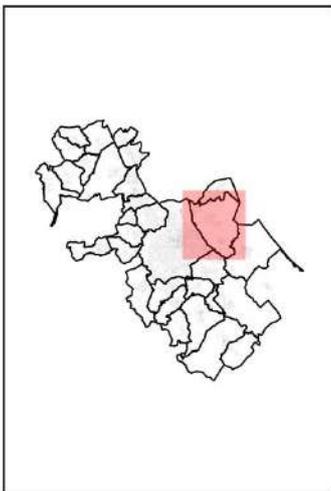
-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de LATTES



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

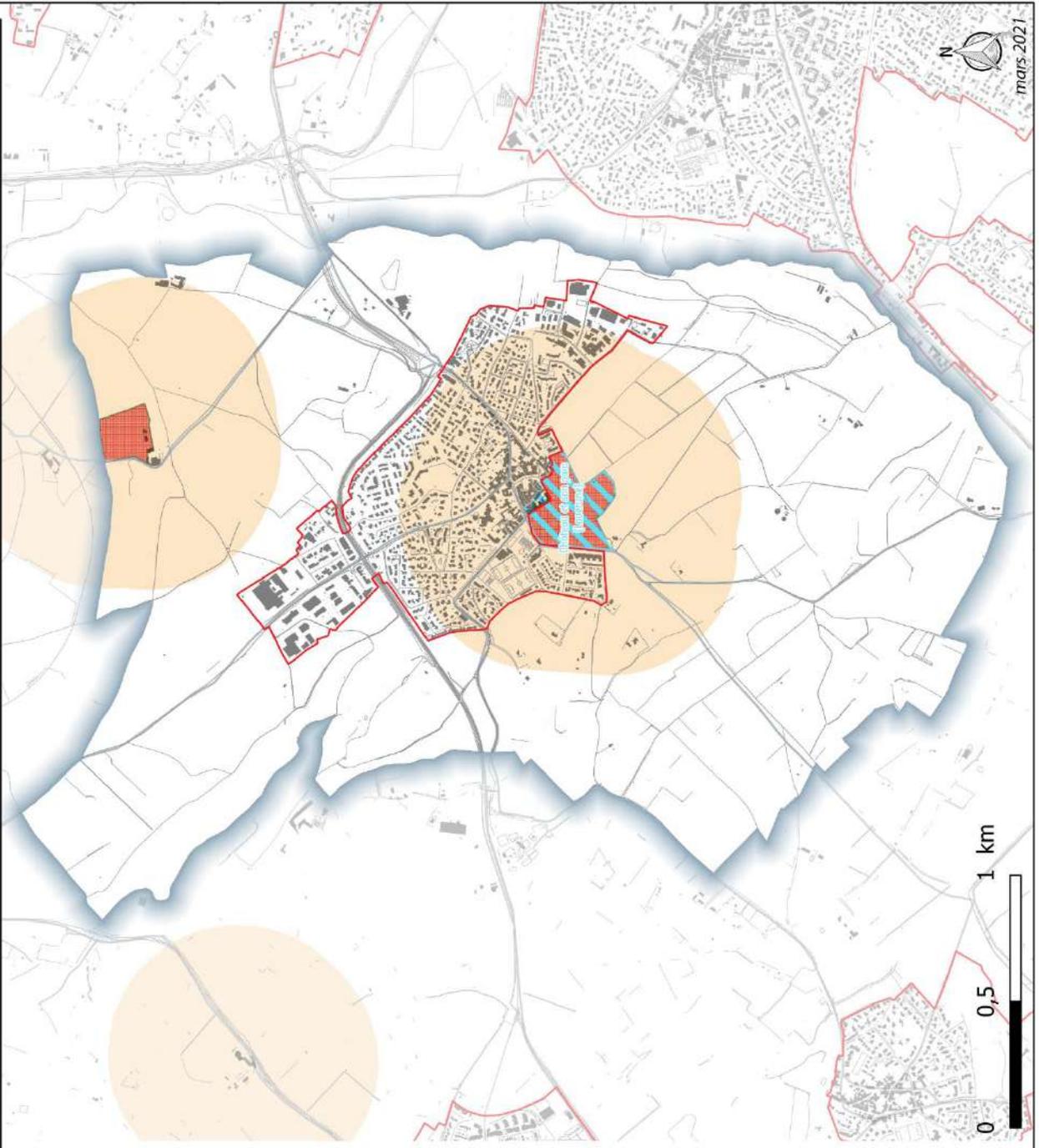
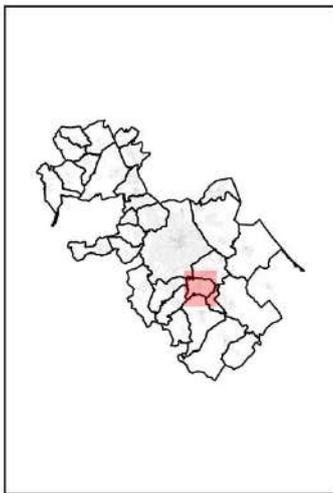
-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de LAVERUNE



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

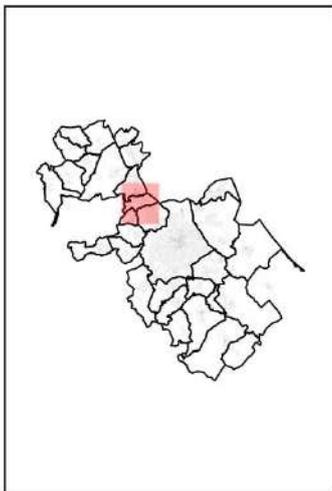
Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de LE CRES



Périmètres d'interdictions strictes

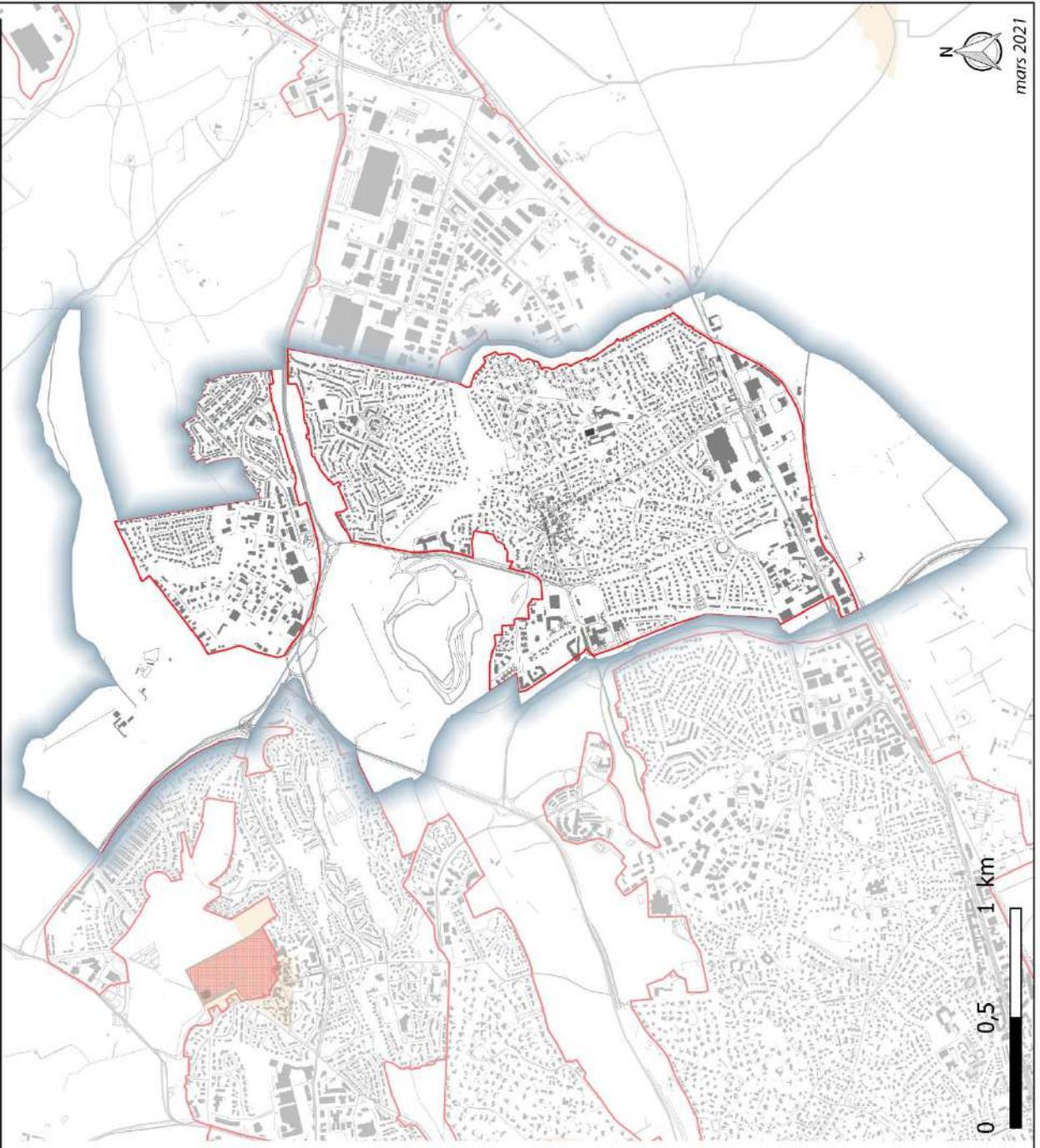
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

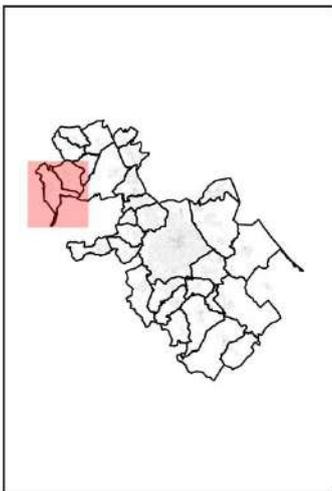
Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



Commune de **MONTAUD**



Périmètres d'interdictions strictes

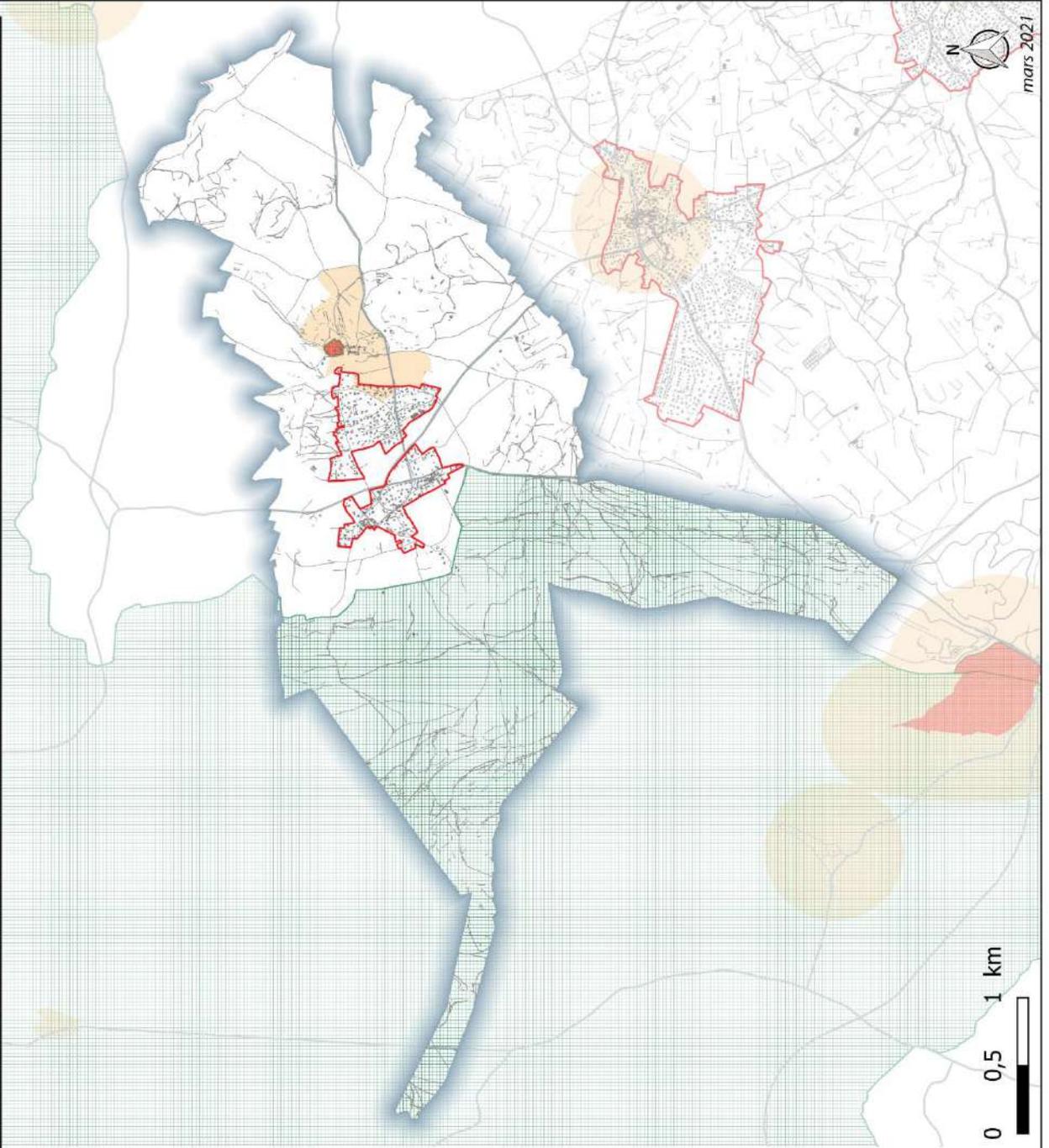
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

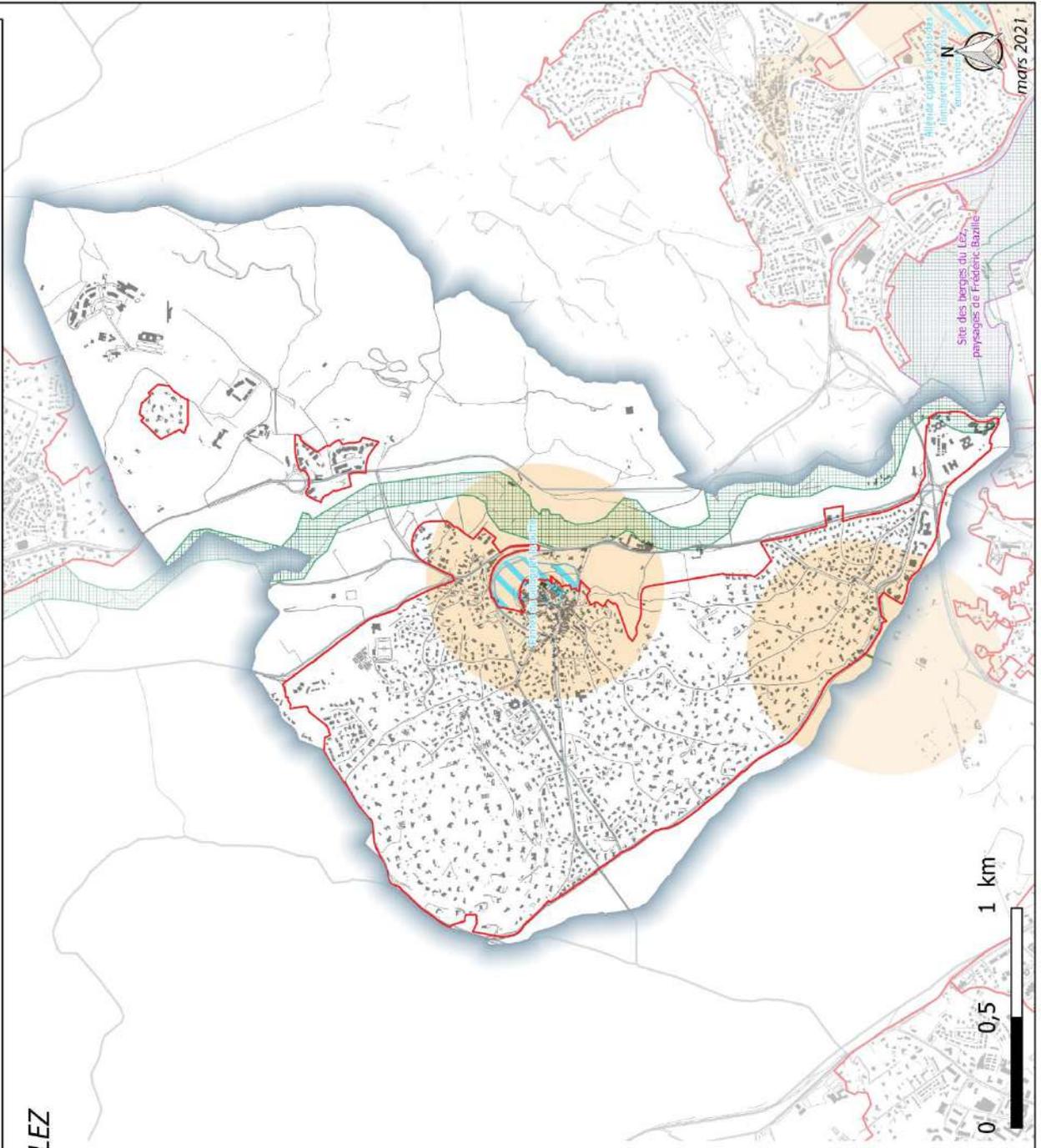
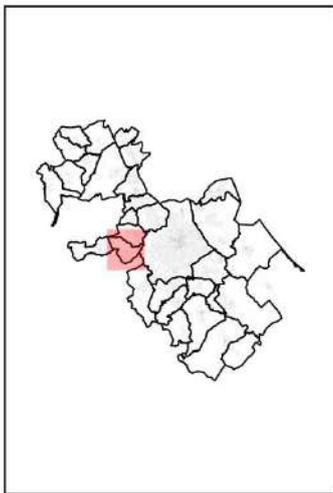
Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



mars 2021

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de MONTFERRIER-SUR-LEZ



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

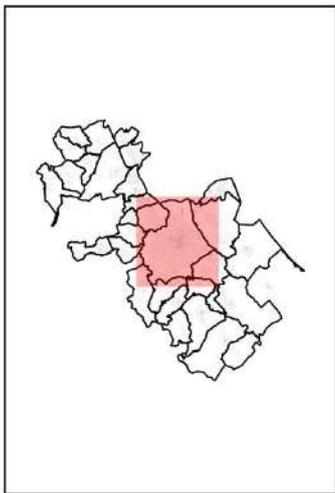
Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de MONTPELLIER



Périmètres d'interdictions strictes

- Site classé
- Réserve naturelle régionale
- Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

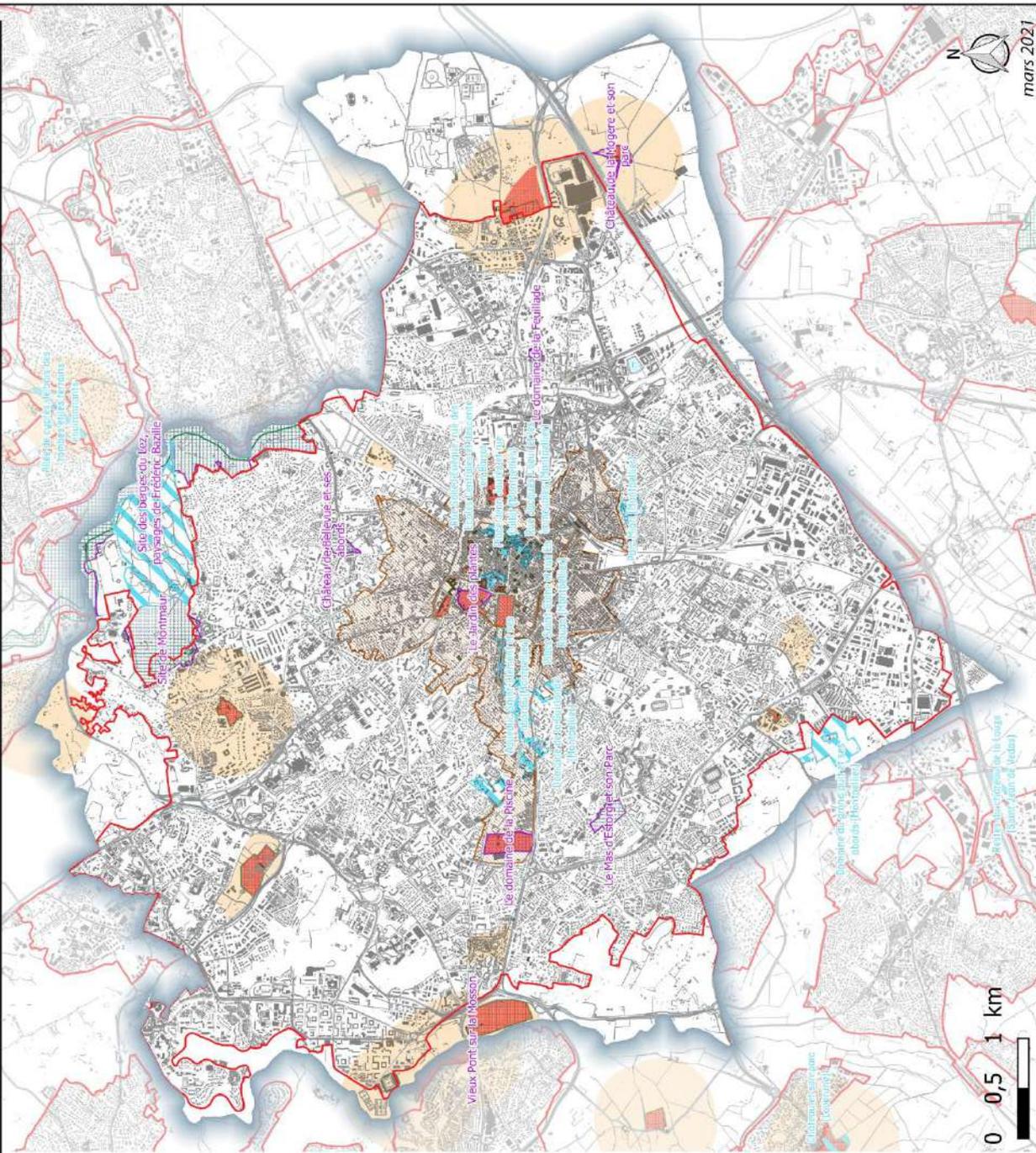
Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

- Zone Natura 2000
- Site patrimonial remarquable
- Site inscrit
- Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)

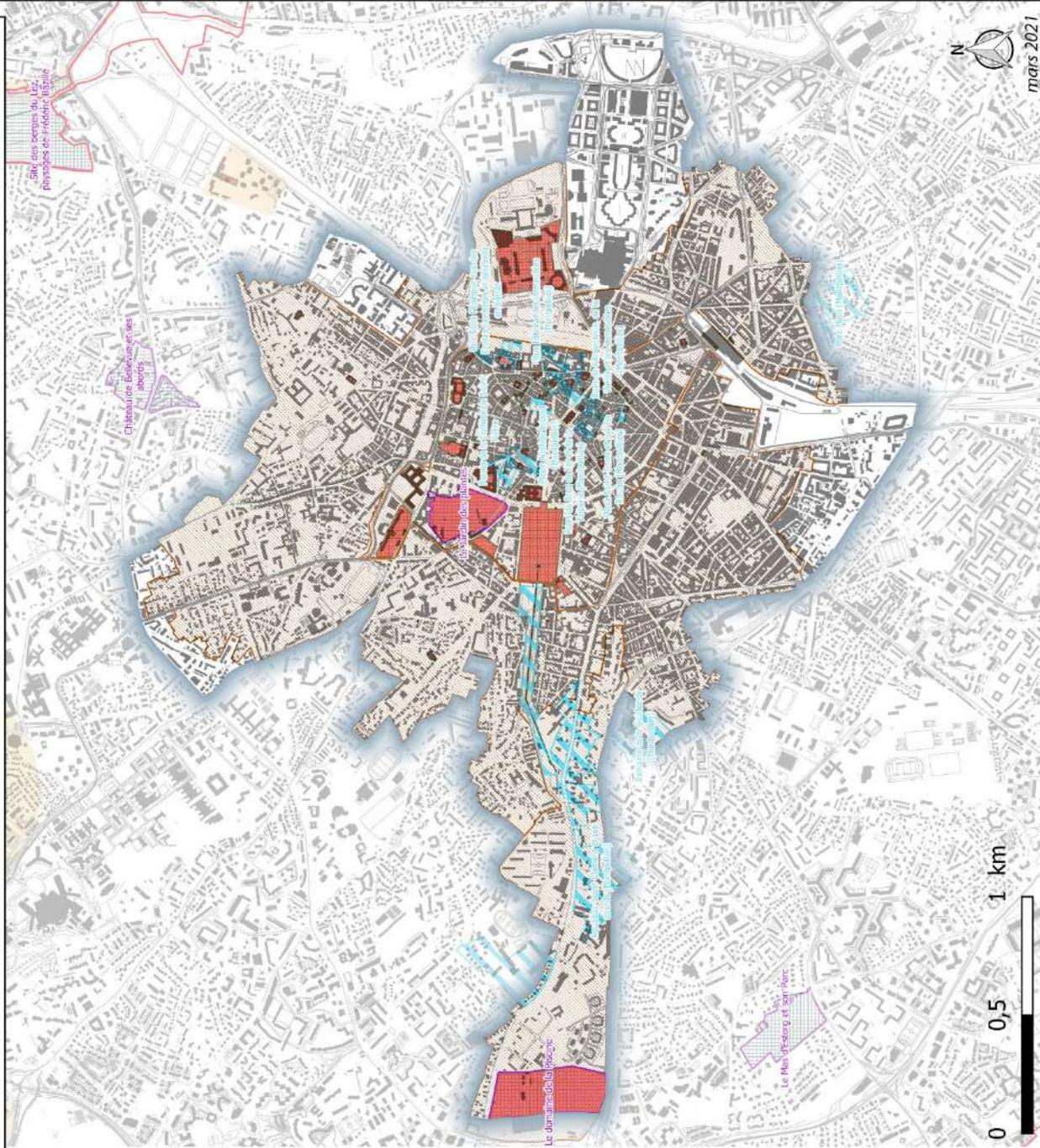
- Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



Commune de MONTPELLIER Zoom



Périmètres d'interdictions strictes

- Site classé
- Réserve naturelle régionale
- Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques
- Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

- Zone Natura 2000
- Site patrimonial remarquable
- Site inscrit
- Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

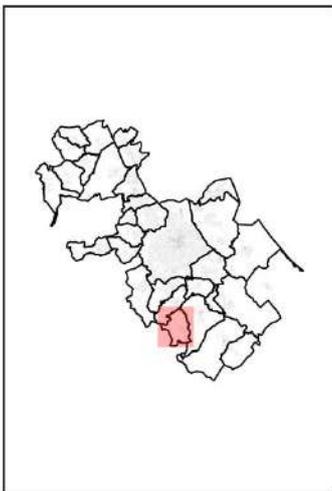
Périmètre(s) d'agglomération(s)

- Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de MURVIEL-LES-MONTEPELLIER



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

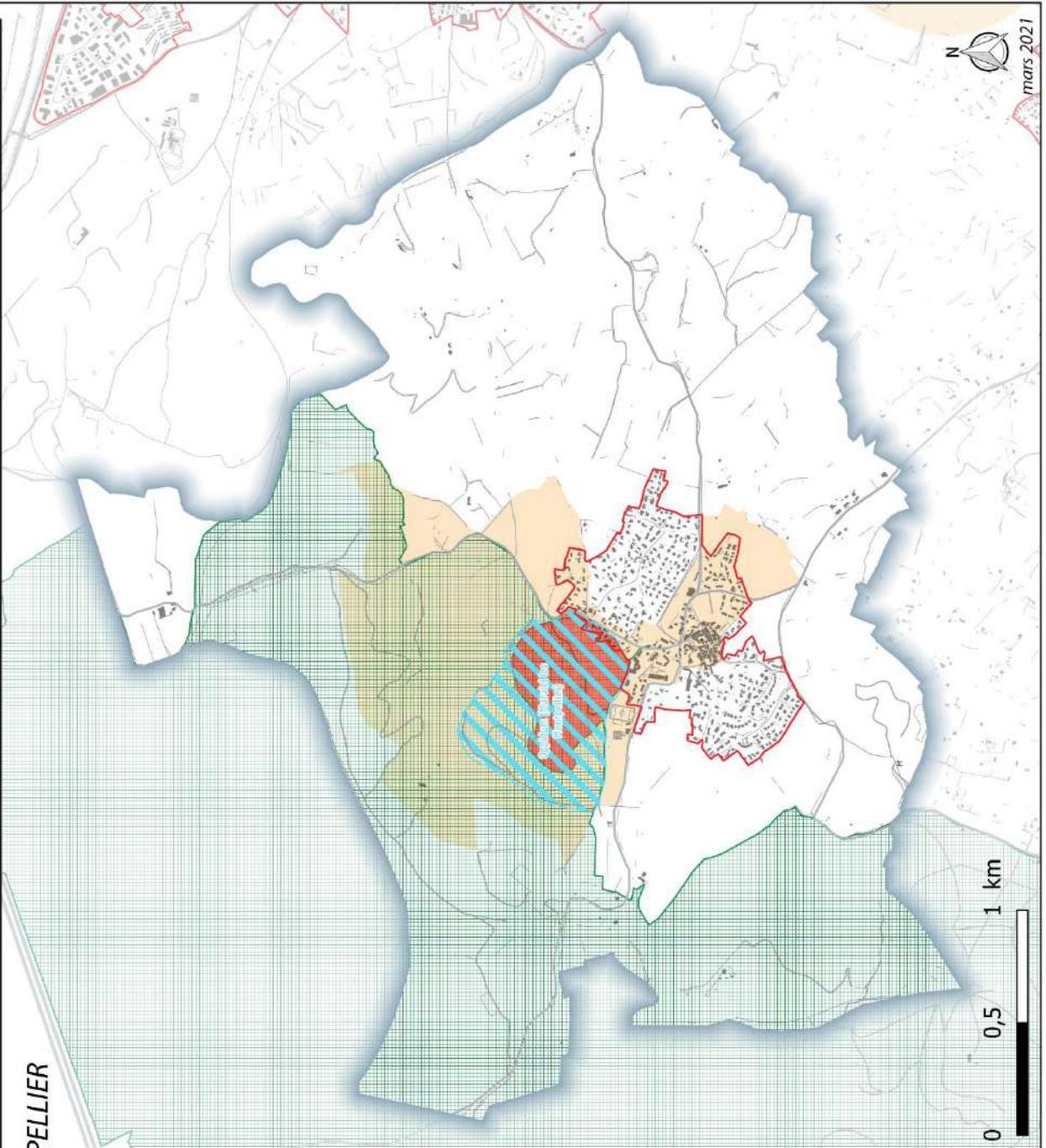
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)

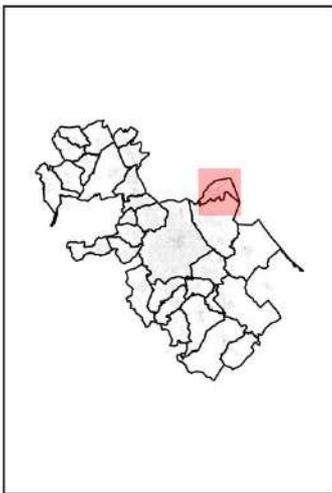
-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



Commune de PEROLS



Périmètres d'interdictions strictes

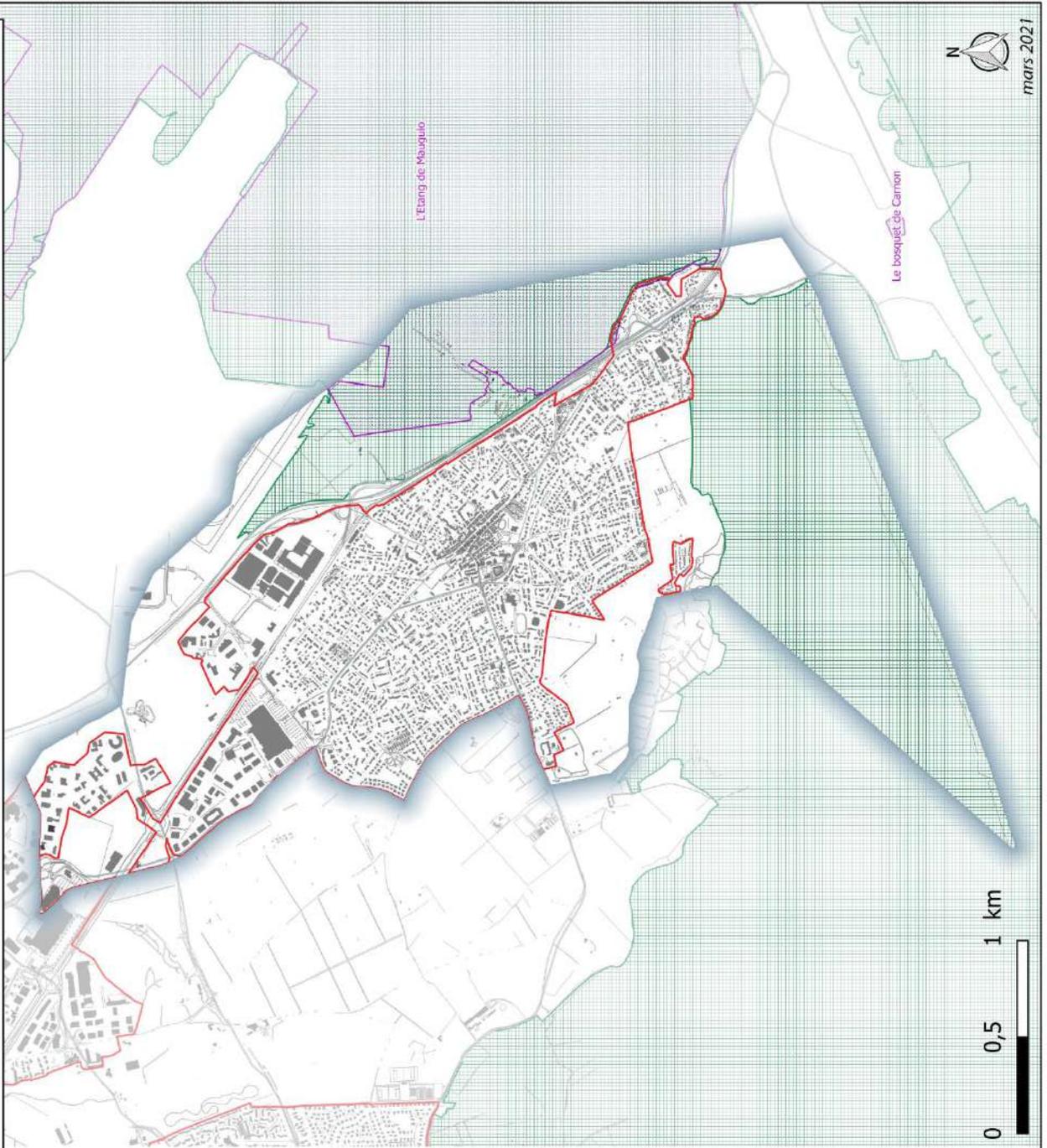
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

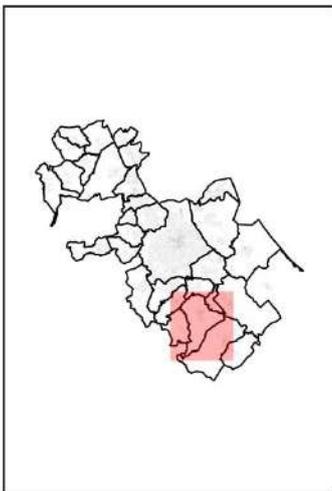
Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



Commune de PIGNAN



Périmètres d'interdictions strictes

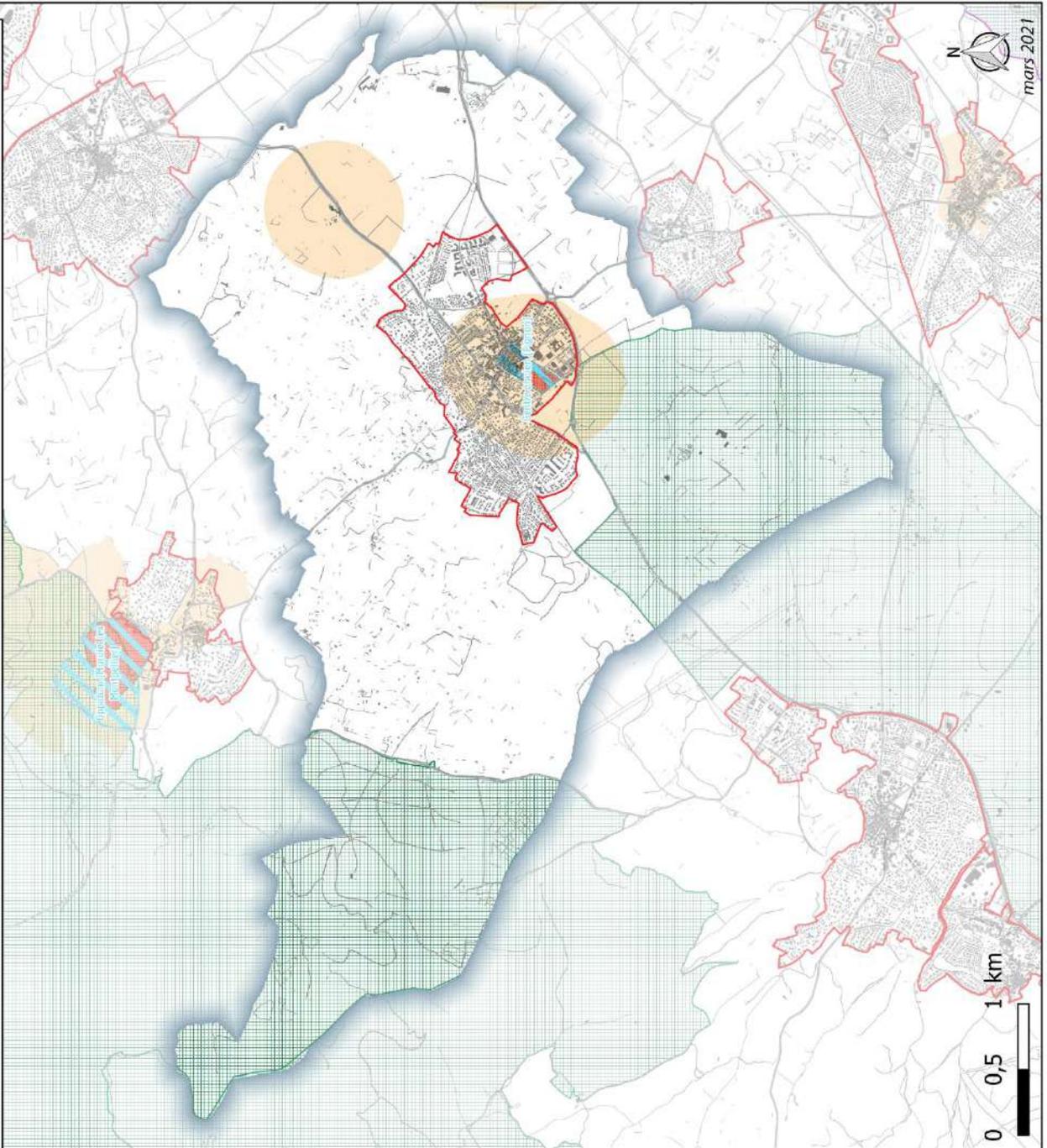
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

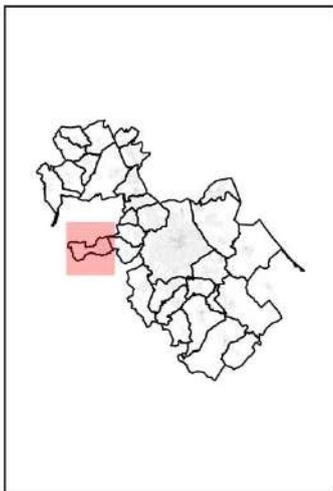
Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



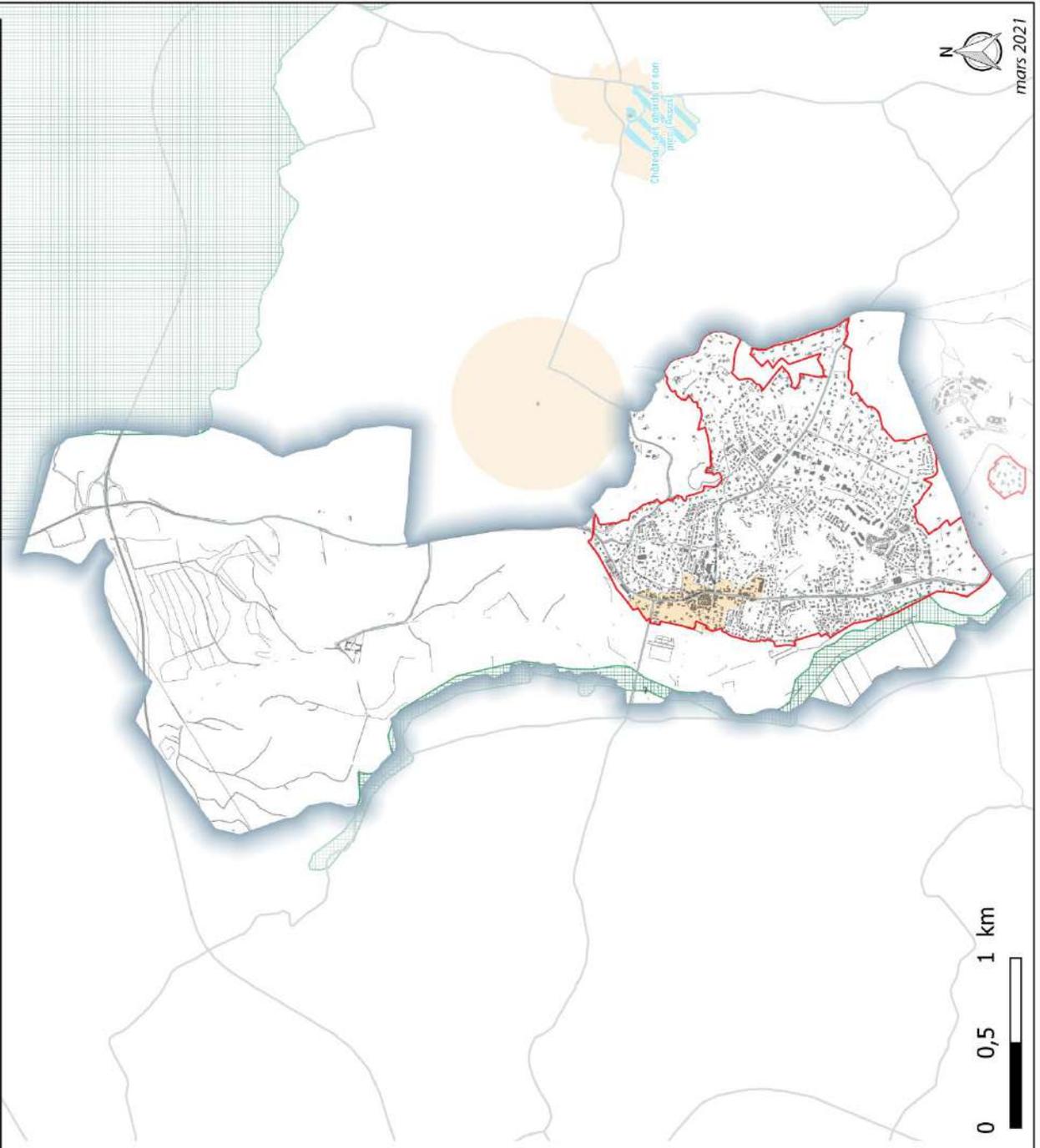
Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



Commune de PRADES-LE-LEZ

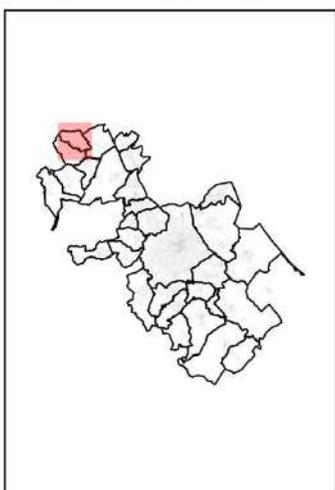


	Site classé
	Réserve naturelle régionale
	Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques
	Abords des autoroutes
Périmètres d'interdictions strictes	
	Zone Natura 2000
	Site patrimonial remarquable
	Site inscrit
	Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)
Périmètre(s) d'agglomération(s)	
	Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de RESTINCLIERES



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

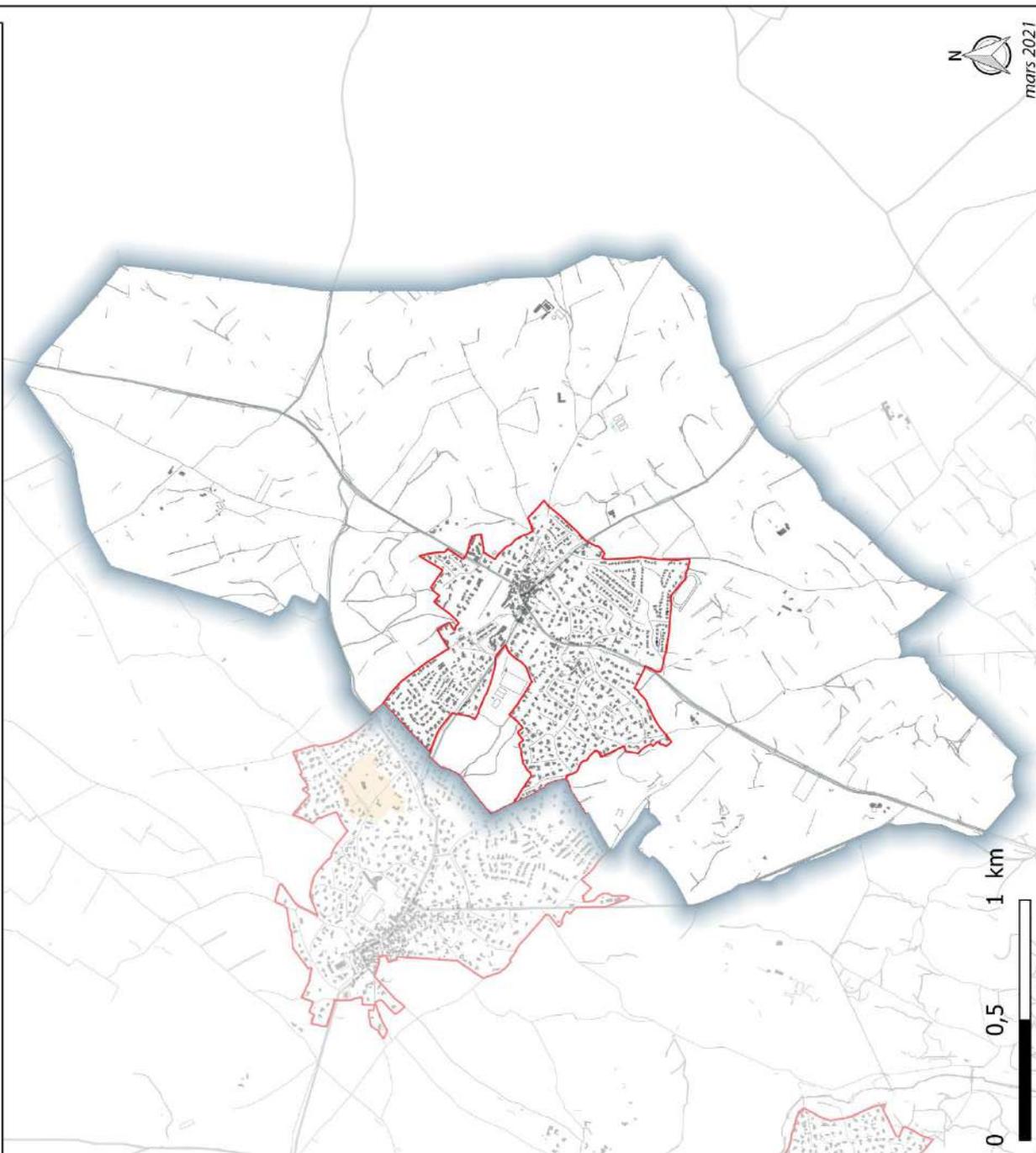
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

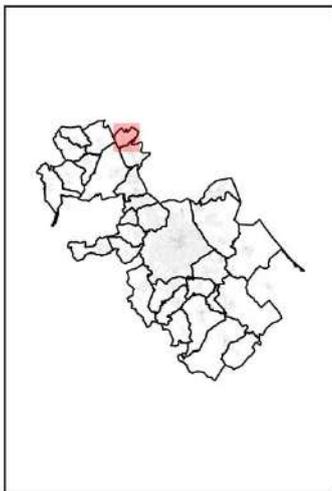
Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de SAINT-BRES



Périmètres d'interdictions strictes

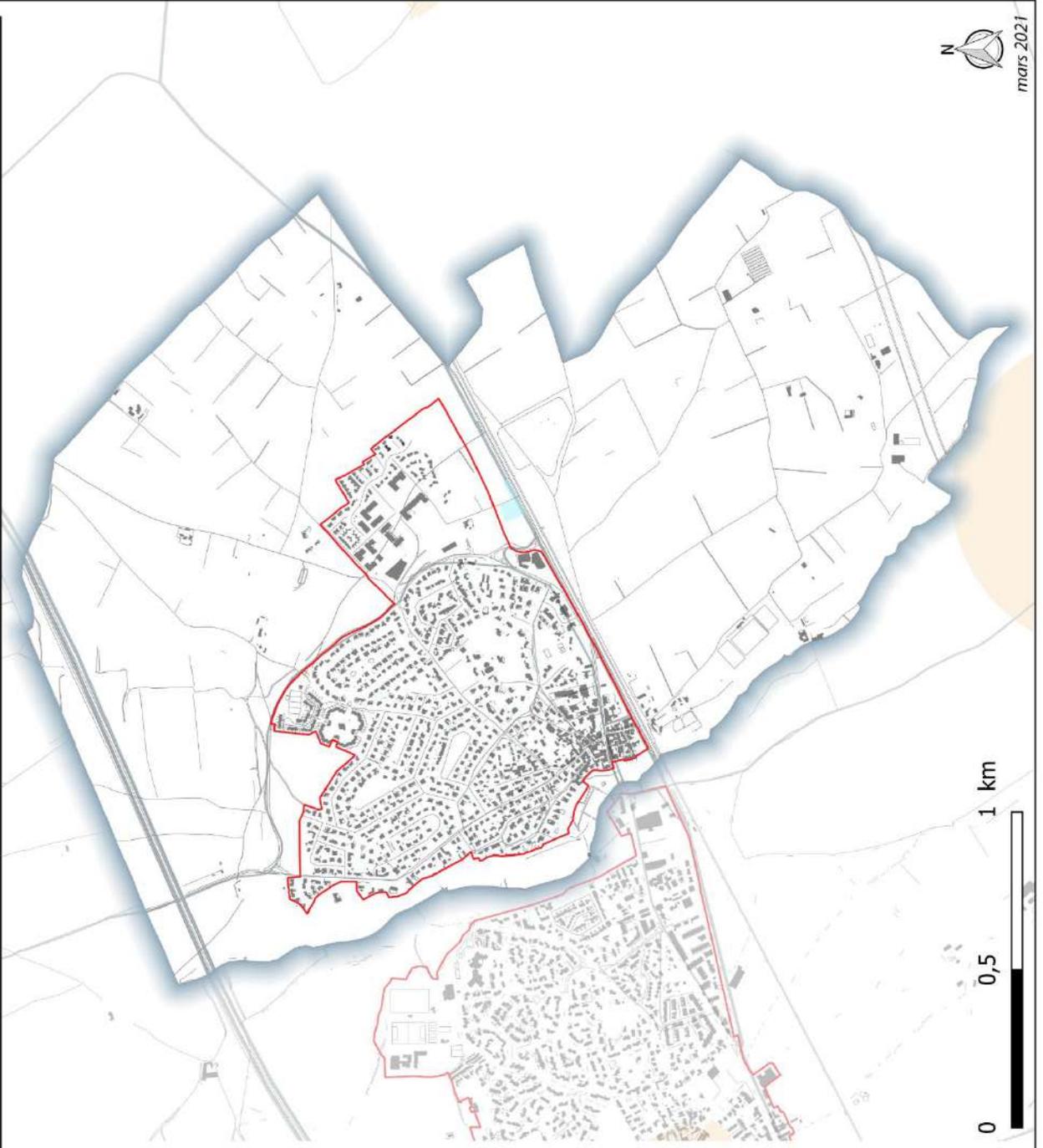
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

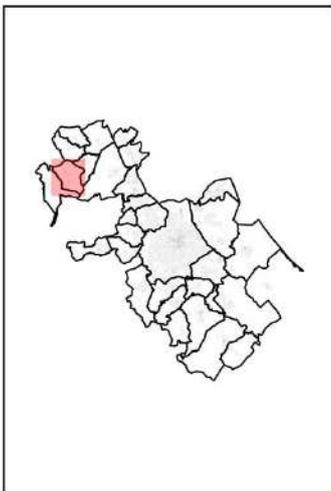
-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de SAINT-DREZERY



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

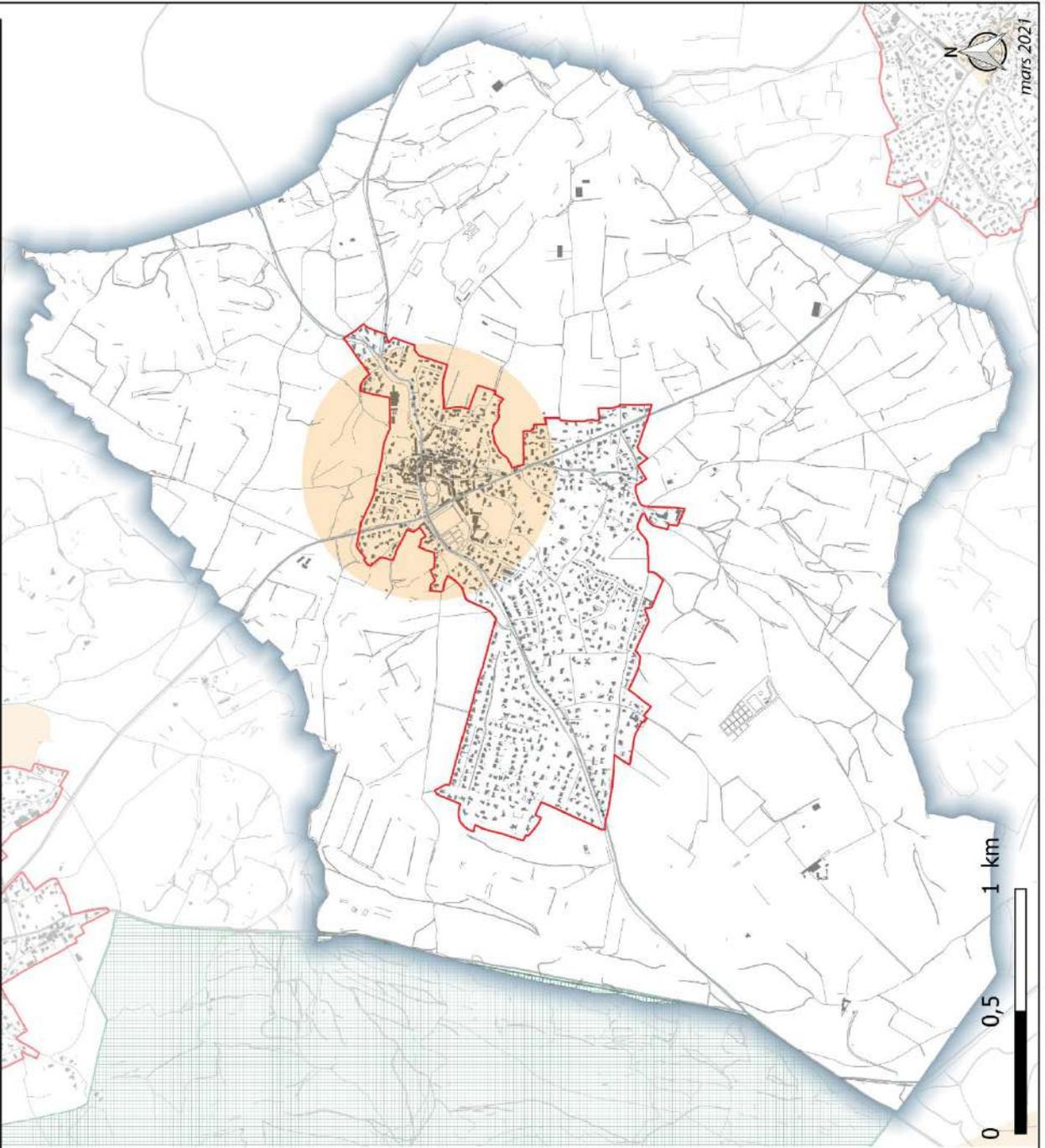
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

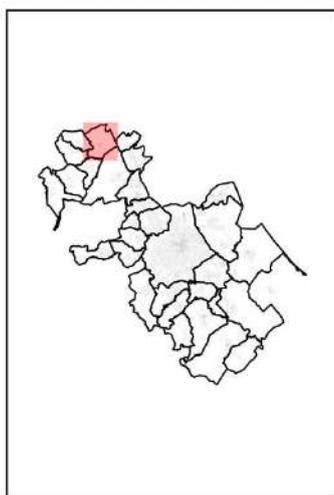
Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de SAINT-GENIES-DES-MOURGUES



Périmètres d'interdictions strictes

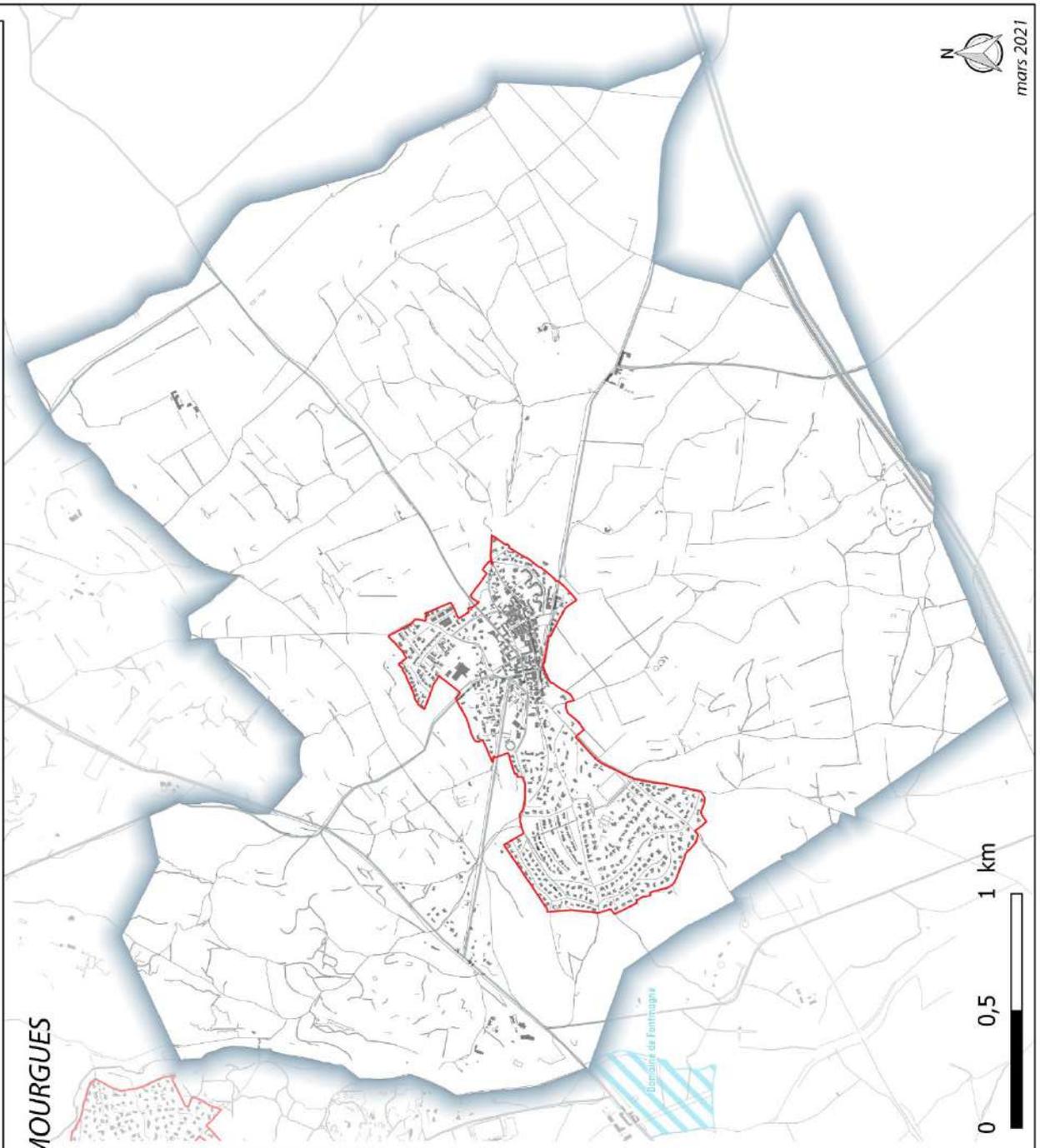
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

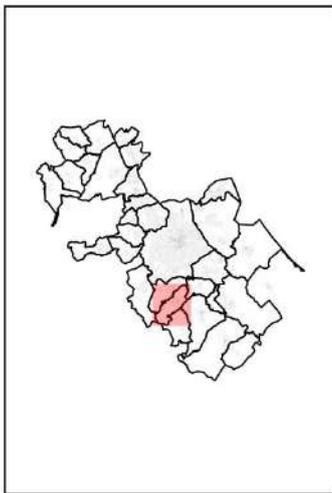
-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de SAINT-GEORGES-D'ORQUES



Périmètres d'interdictions strictes

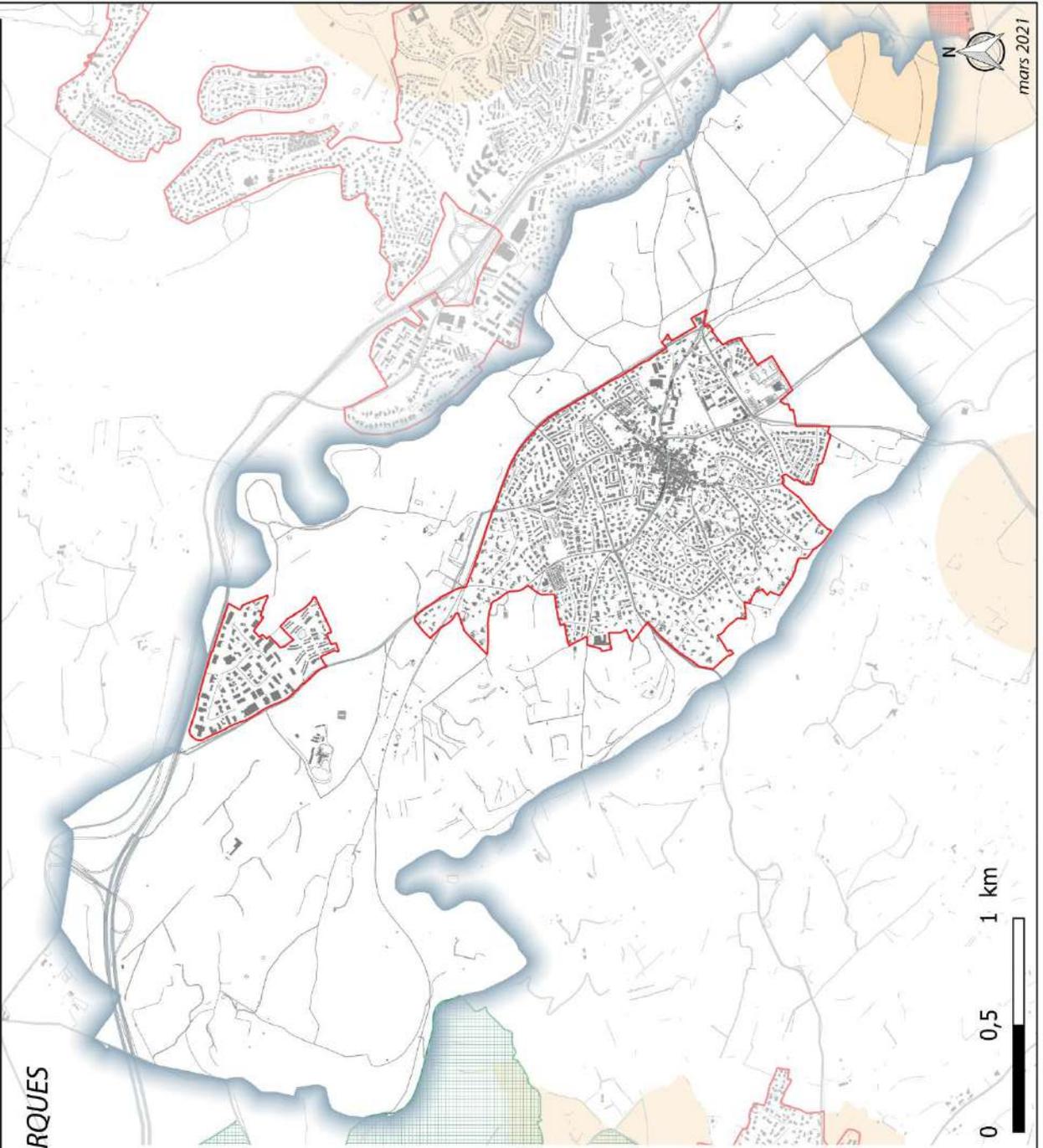
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

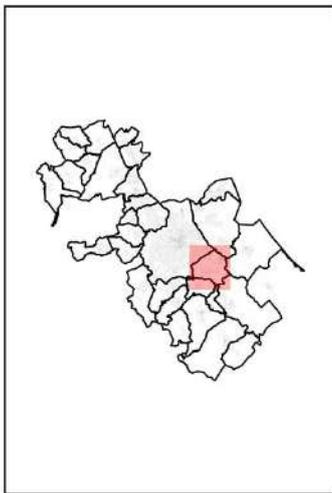
-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de SAINT-JEAN-DE-VEDAS



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

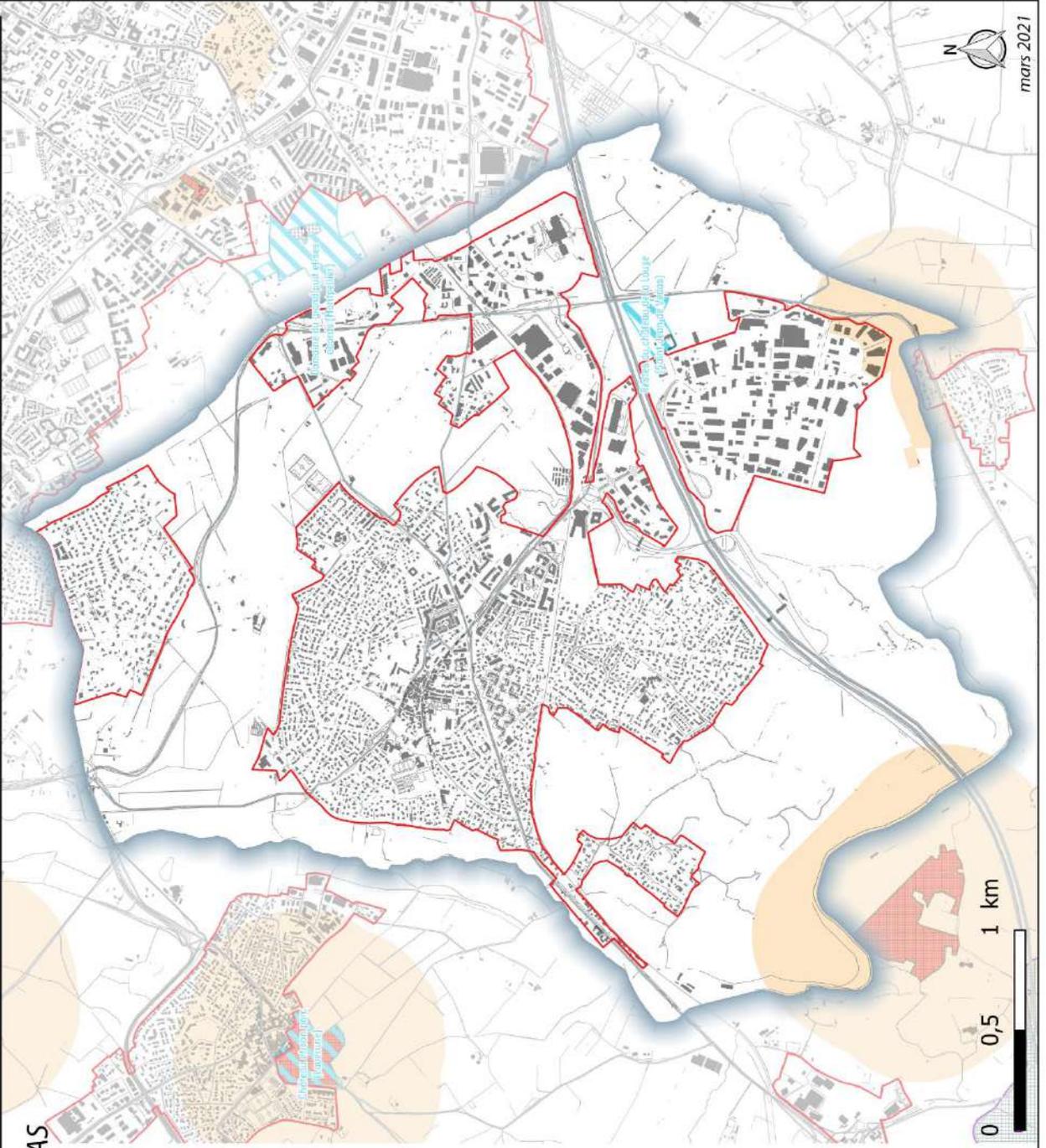
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)

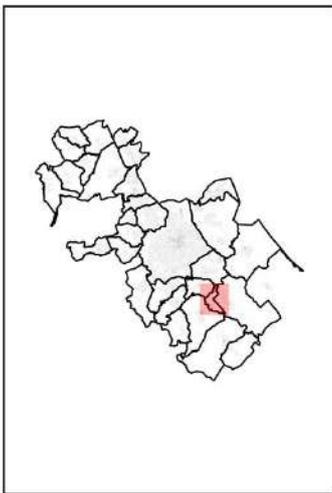
-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



Commune de SAUSSAN



Périmètres d'interdictions strictes

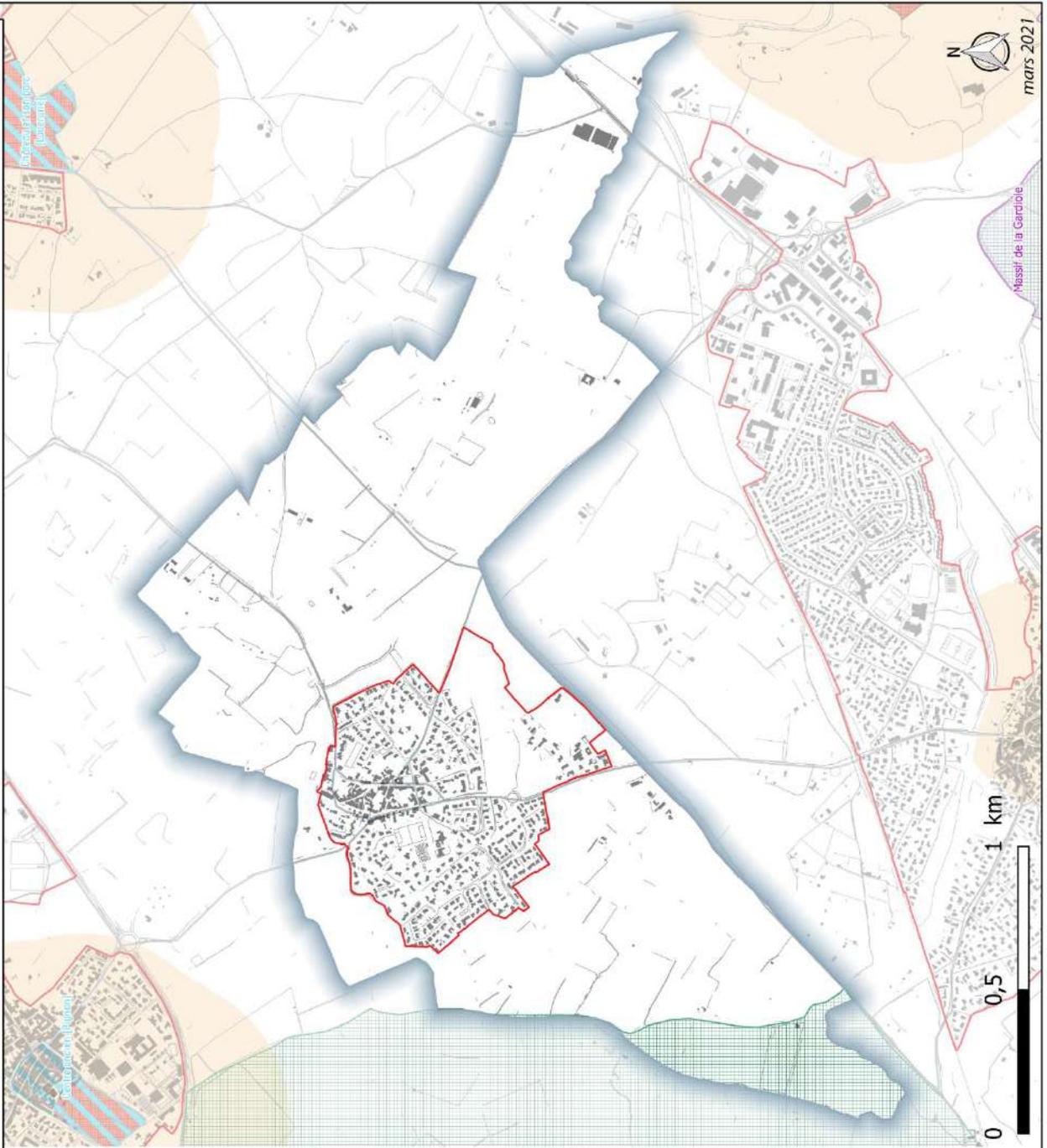
-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire

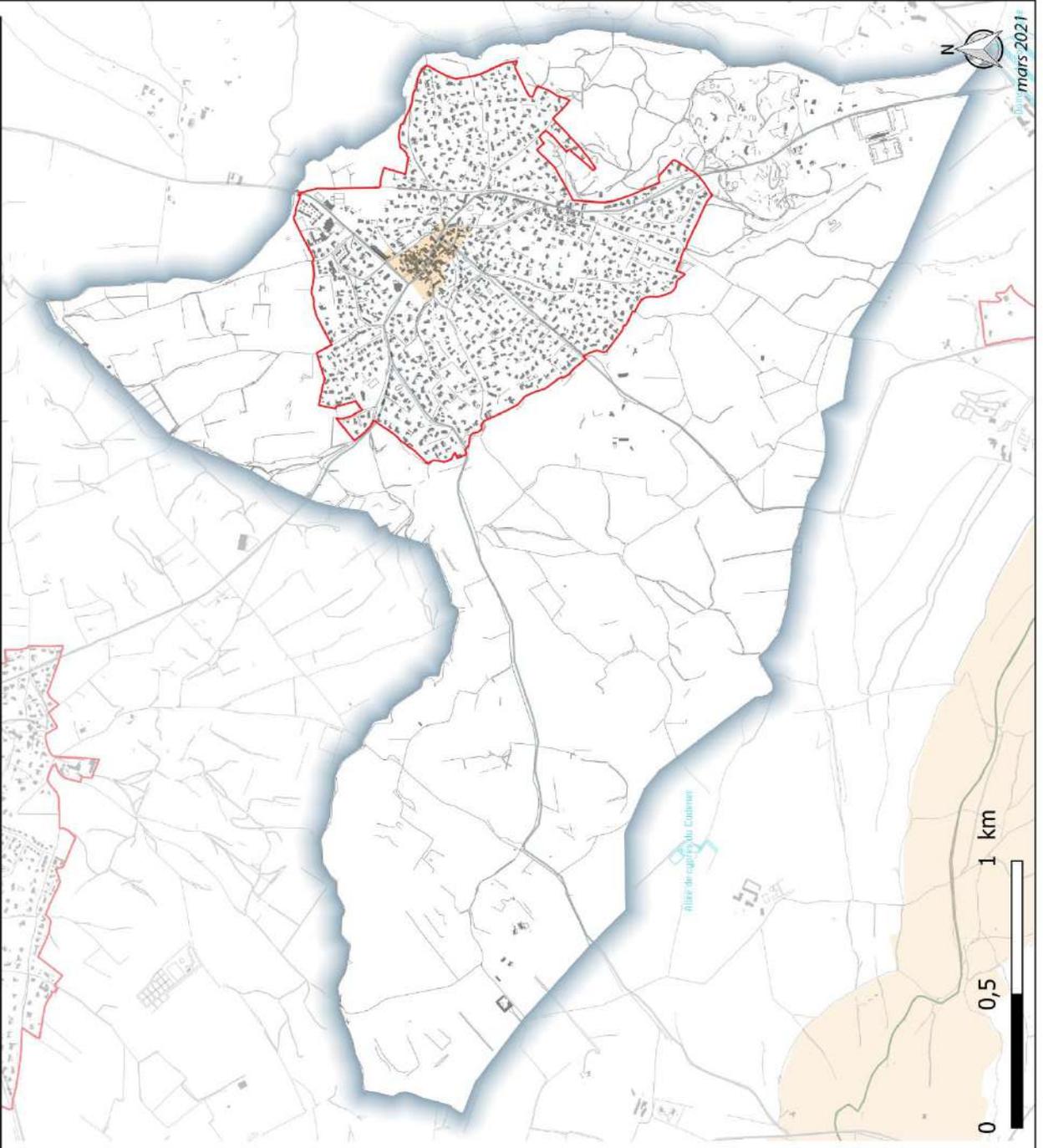
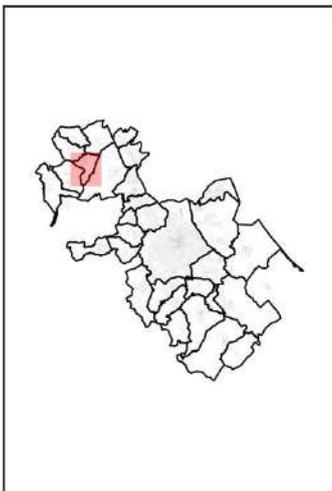


N
mars 2021



Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de SUSSARGUES



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPI)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

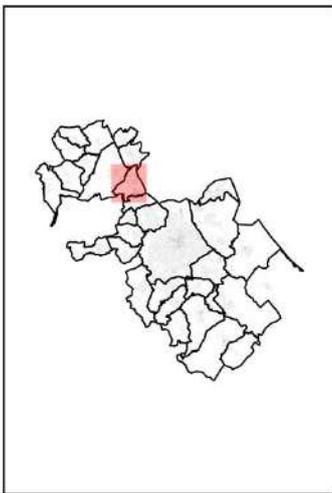
Périmètre(s) d'agglomération(s)

-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes



Commune de VENDARGUES



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

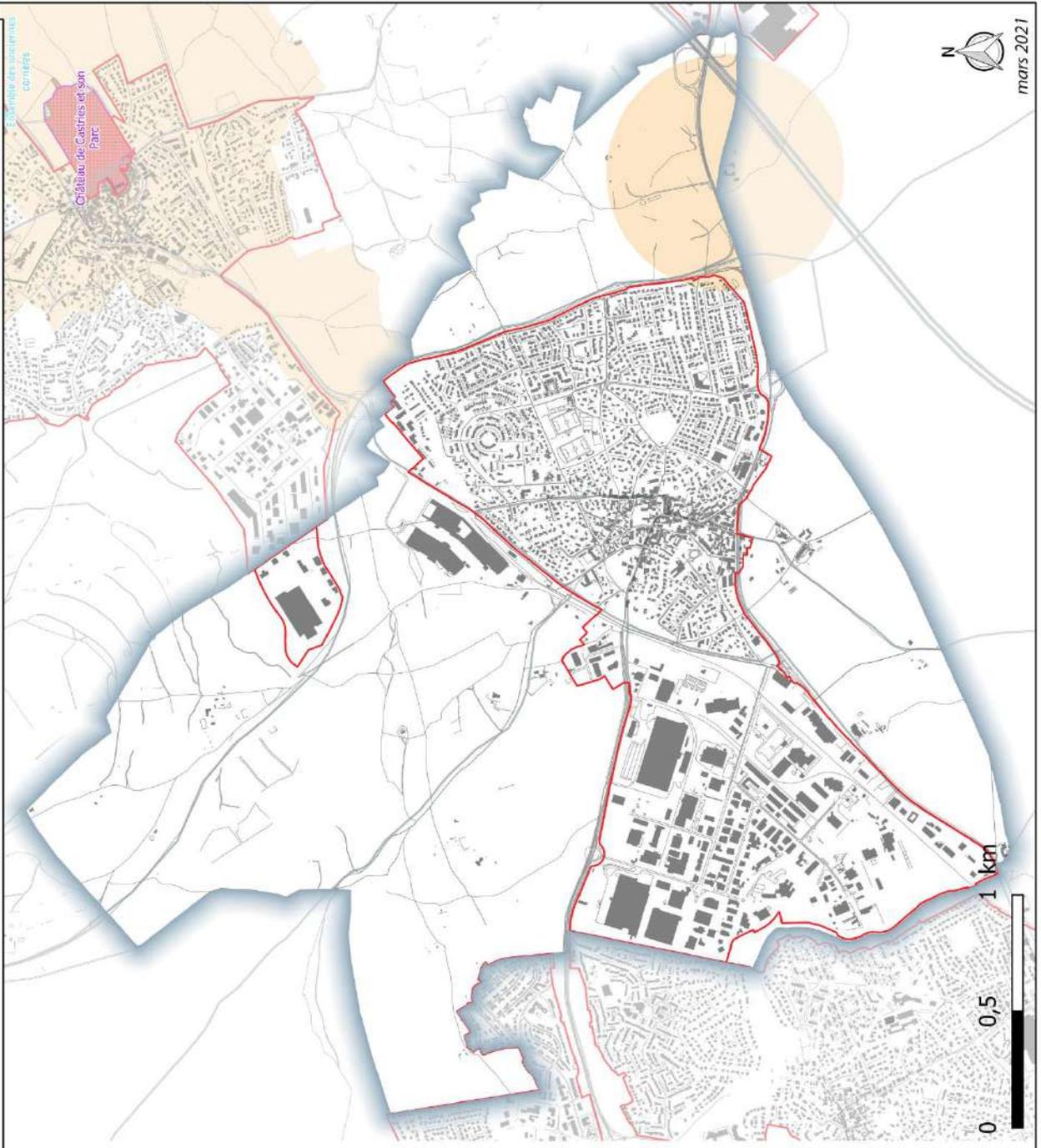
 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)

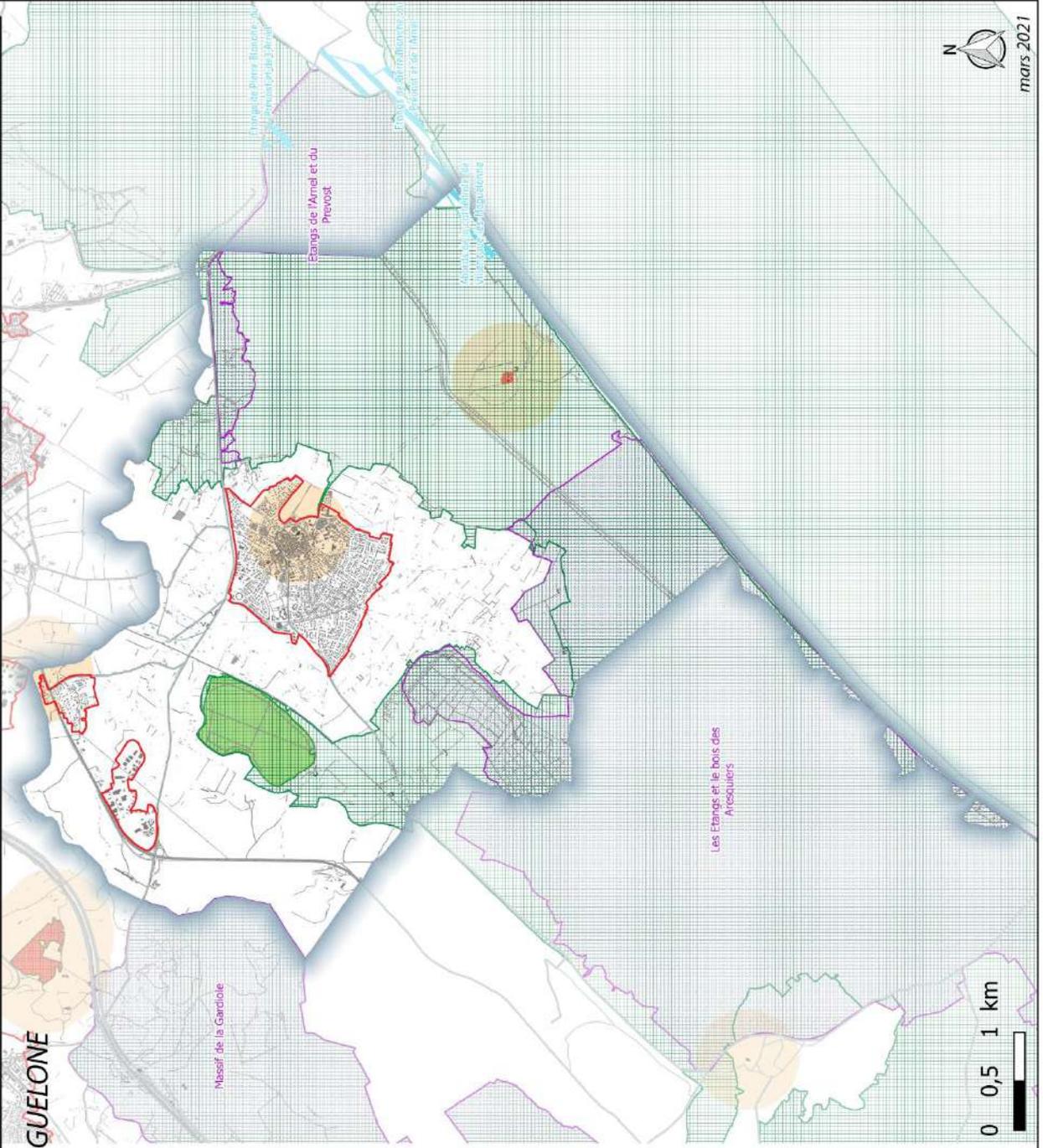
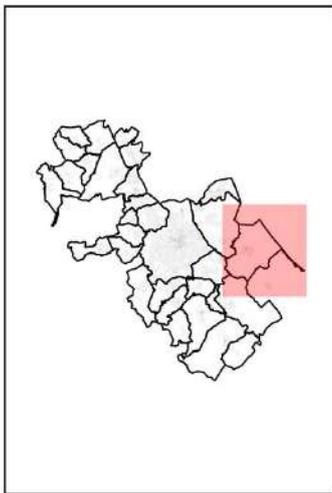
-  Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire



N
mars 2021

Périmètres réglementaires spécifiques relatifs aux publicités et préenseignes

Commune de **VILLENEUVE-LES-MAGUELONE**



Périmètres d'interdictions strictes

-  Site classé
-  Réserve naturelle régionale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

 Abords des autoroutes

Périmètres d'interdictions "relatives" (Possible dérogation RLPi)

-  Zone Natura 2000
-  Site patrimonial remarquable
-  Site inscrit
-  Périmètre de protection des monuments historiques (ou autre bâti remarquable)

Périmètre(s) d'agglomération(s)
 Périmètre d'agglomération estimé au regard de la réalité physique du territoire

Annexes

Etat des lieux : zoom cartographique par commune

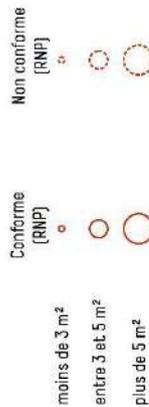
Cartes réalisées dans le cadre du diagnostic du RLPi. Il se peut que certaines limites d'agglomérations aient été ajustées depuis. Dans ce cas, se référer au zonage du RLPi.

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de BAILLARGUES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



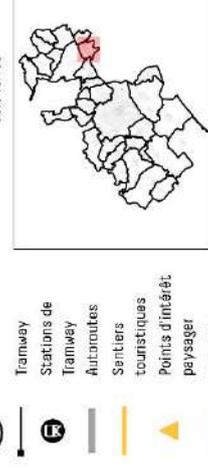
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



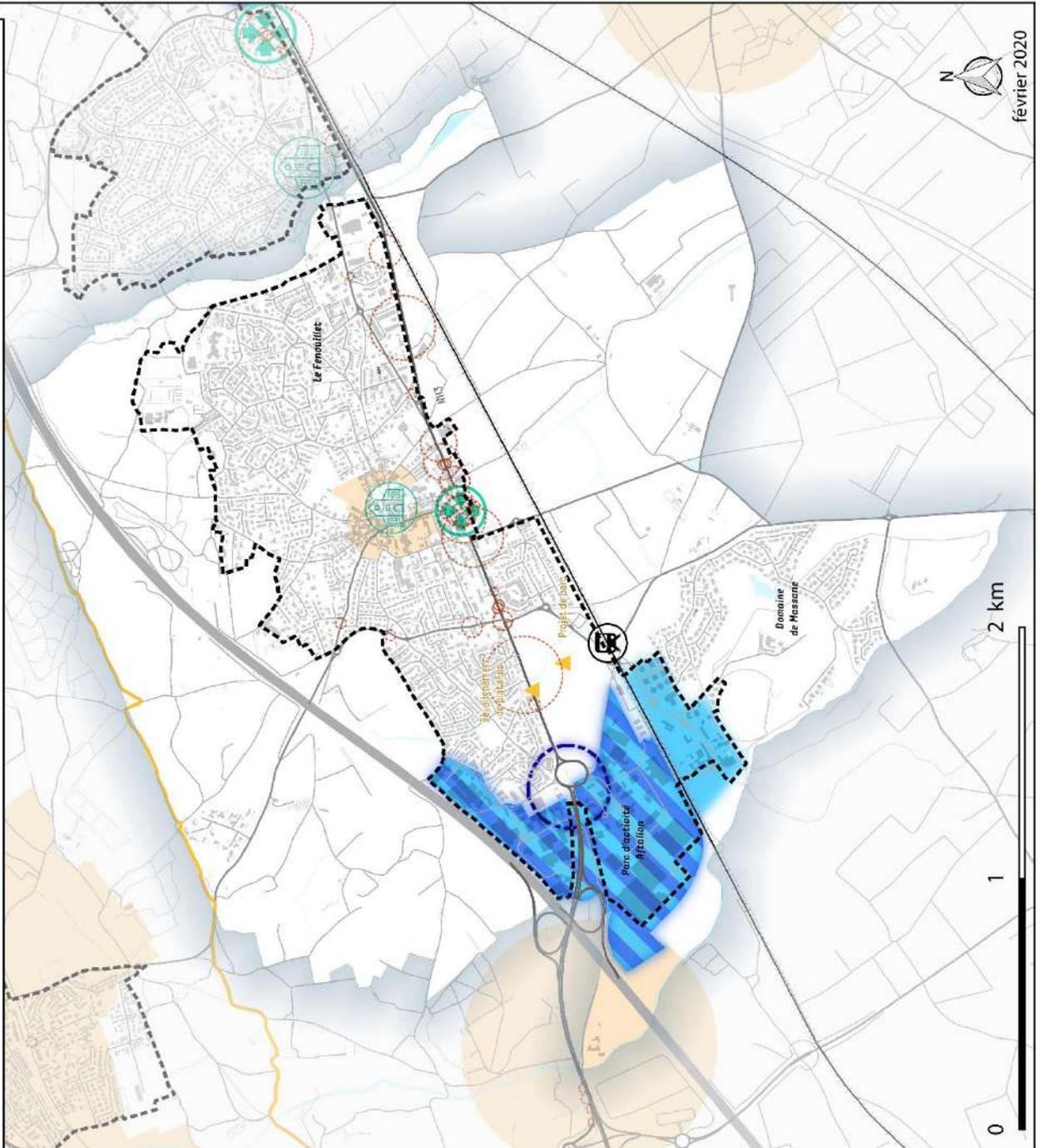
Zones économiques dédiées



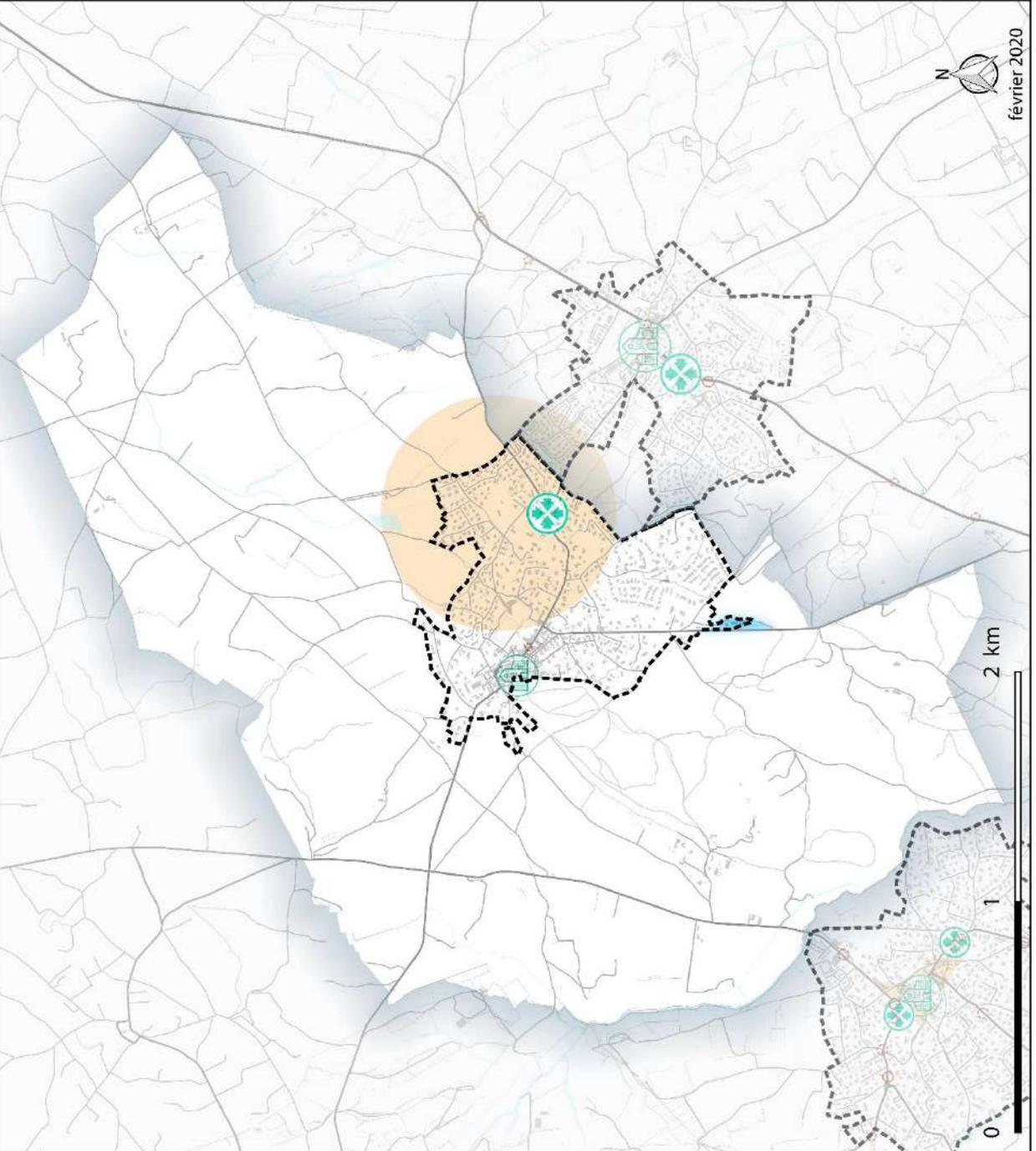
Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives



Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de BEAULLIEU

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

- Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)
- | | | |
|-----------------------------|----------------|--------------------|
| | Conforme (RNP) | Non conforme (RNP) |
| moins de 3 m ² | | |
| entre 3 et 5 m ² | | |
| plus de 5 m ² | | |
- Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés

- | | | | |
|--|------------------------------|--|---------------------|
| | Grandes pénétrantes urbaines | | Autres axes urbains |
|--|------------------------------|--|---------------------|

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

- Commerces de proximité**
- Centres-historiques et noyaux villageois
 - Faubourgs et pôles secondaires
 - Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)
- Zones économiques dédiées**
- -
 -
 -
- Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire
Zone commerciale
Zone économique mixte
- Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

- Périphérie d'agglomération**
- -
 -
 -
 -
 -
 -
- Gare
Tramway
Stations de Tramway
Autocourtes
Sentiers touristiques
Points d'intérêt paysager
Périphérie d'interdiction de publicité
- Centres historiques et noyaux villageois**
- -
- Voie ferrée
-

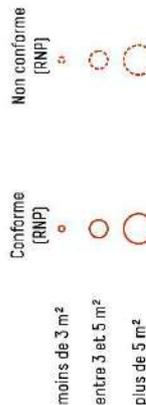
* requêtes non exhaustives

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de CASTELNAU LE LEZ

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines Autres axes urbains

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

Commerces de proximité
Centres historiques et noyaux villageois
Faubourgs et pôles secondaires
Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées

Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

Zones économiques dédiées

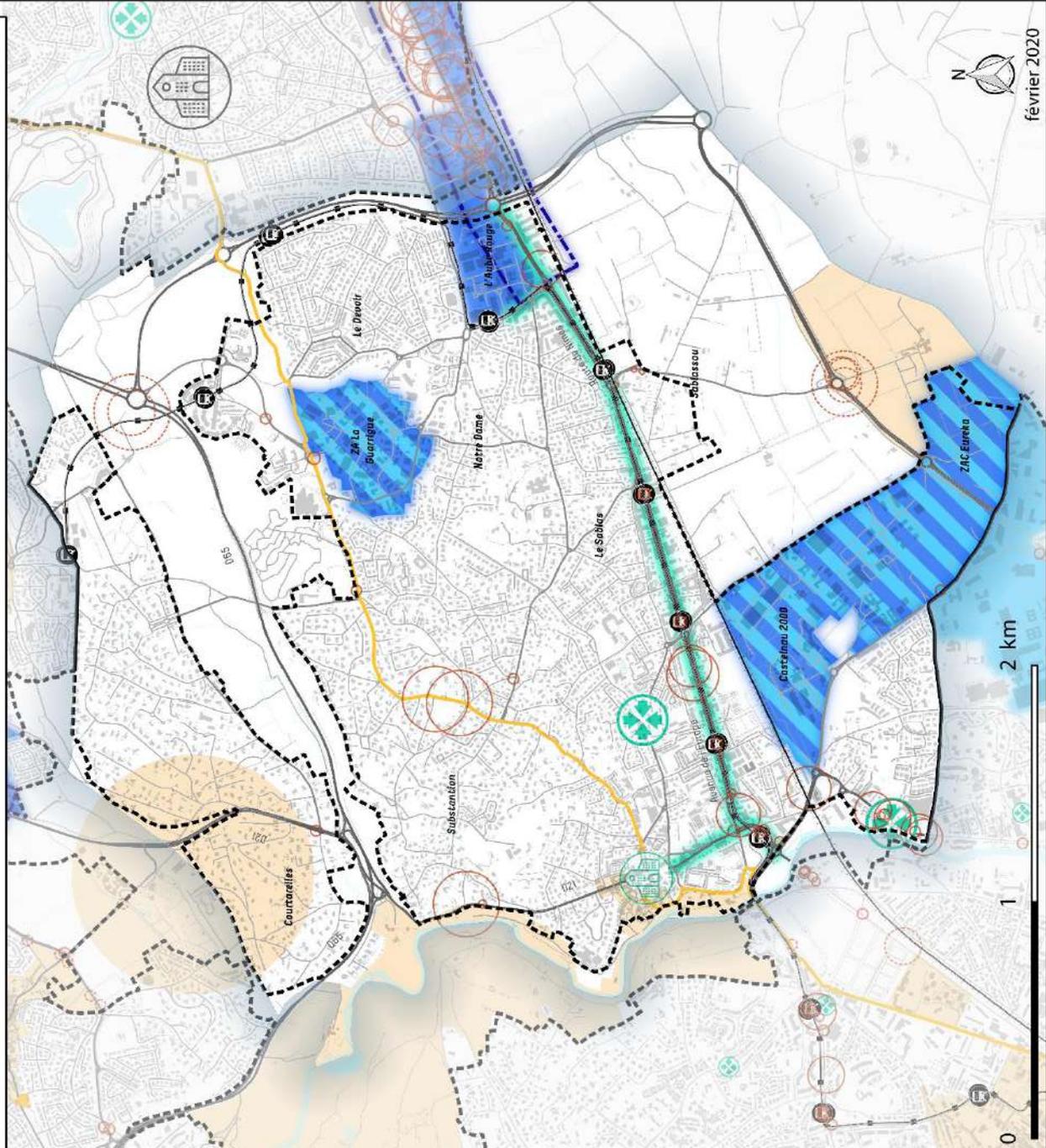
Zone commerciale

Zones économiques dédiées

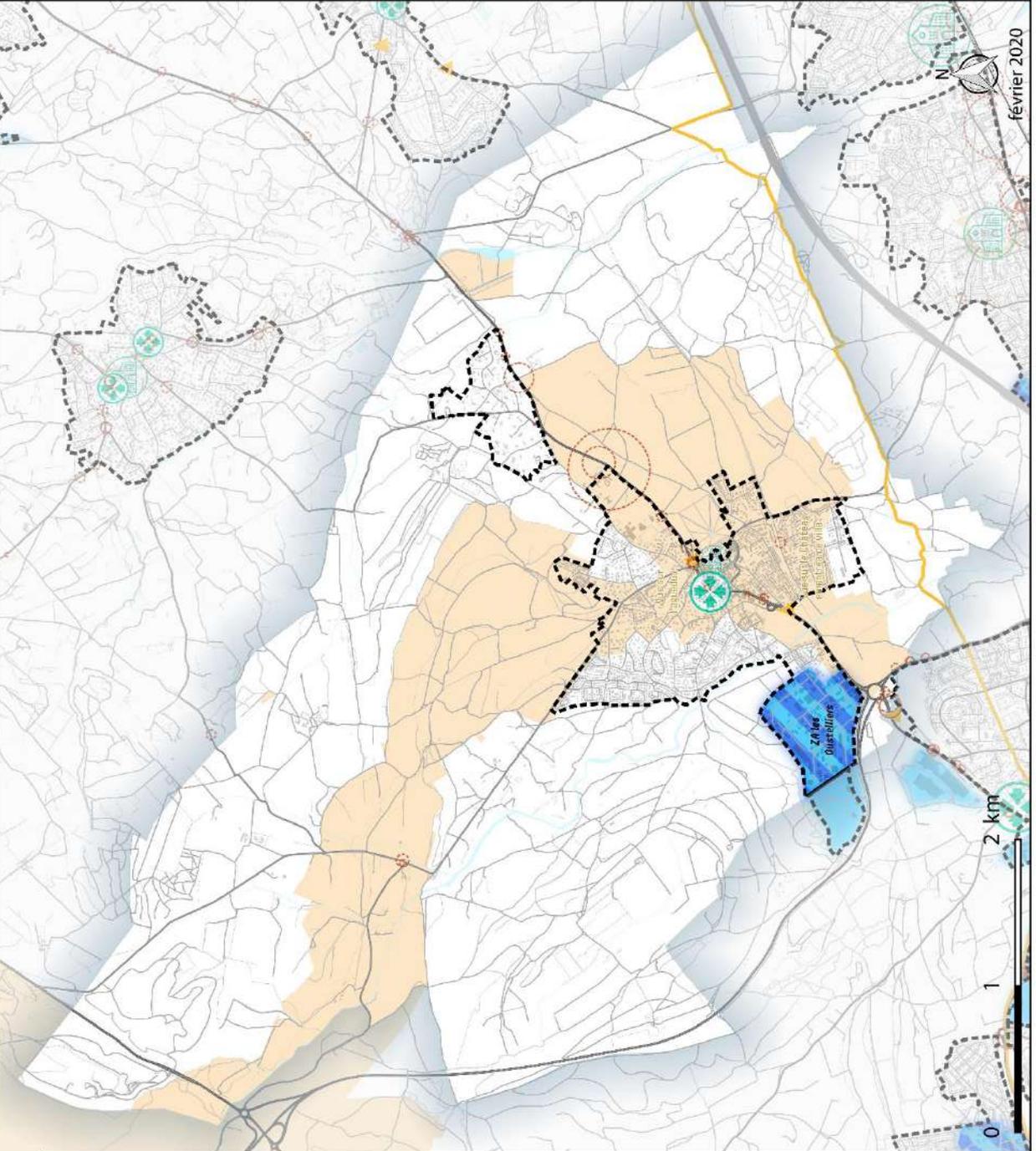
Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

	Périmètre d'agglomération		Centres historiques et noyaux villageois
	Gare		Voie ferrée
	Tramway		
	Stations de Tramway		
	Autocarroues		
	Sentiers touristiques		
	Points d'intérêt paysager		
	Périmètre d'interdiction de publicité		



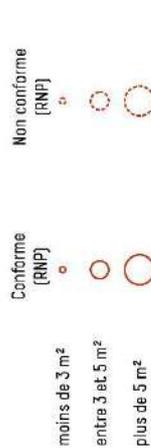
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de CASTRIES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines ——— Autres axes urbains

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

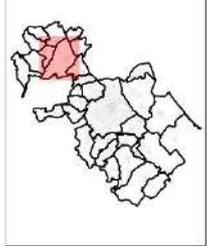
Commerces de proximité
 Centres historiques et noyaux villageois 
 Faubourgs et pôles secondaires
 Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées
 Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

Zones économiques mixtes
 Zone commerciale

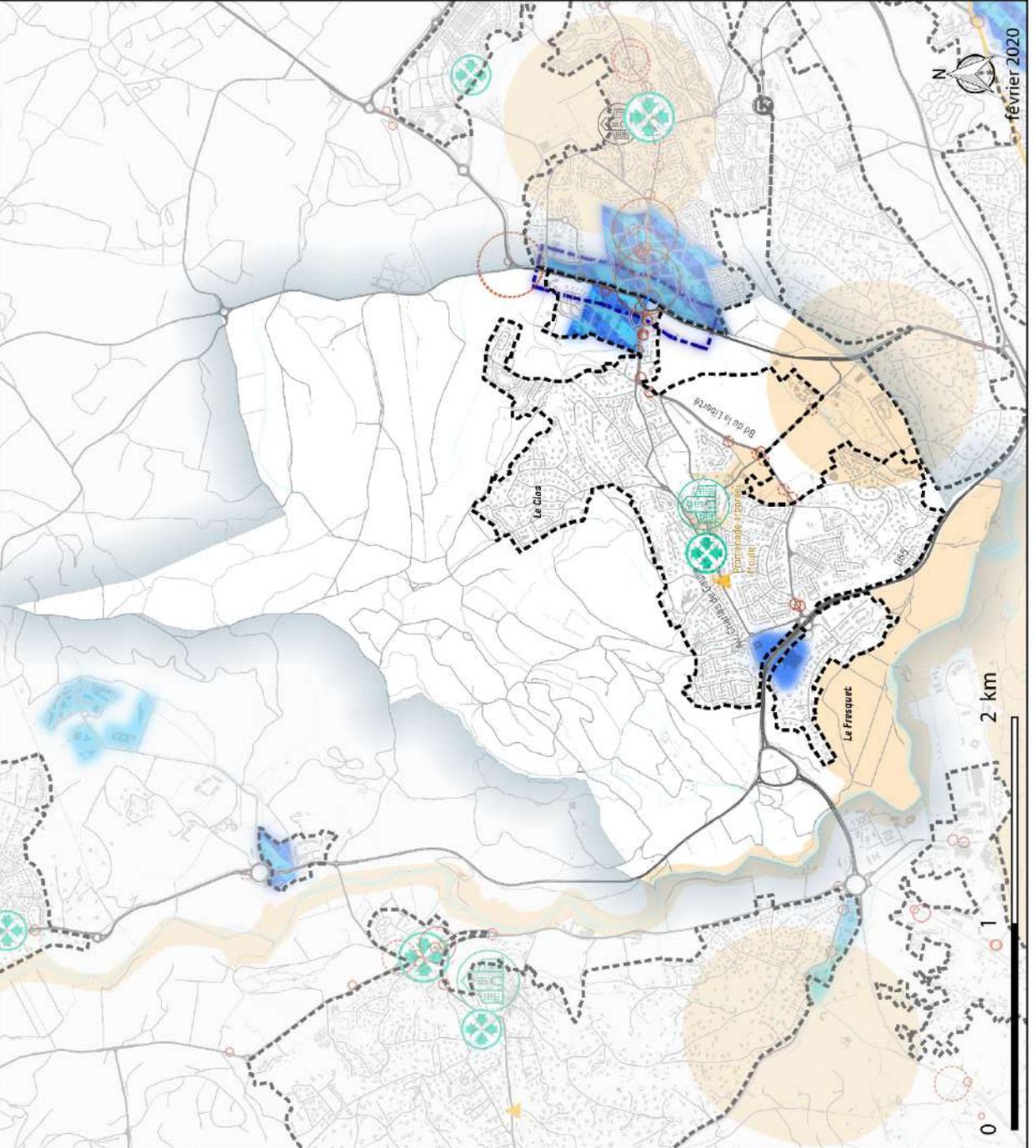
Zones économiques dédiées
 Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

	Périmètre d'agglomération		Centres historiques et noyaux villageois
	Gare		Voie ferrée
	Tramway		
	Stations de Tramway		
	Autobus		
	Sentiers touristiques		
	Points d'intérêt paysager		
	Périmètre d'interdiction de publicité		

* requêtes non exhaustives

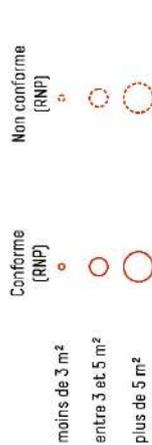
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de CLAPIERS

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RPI et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



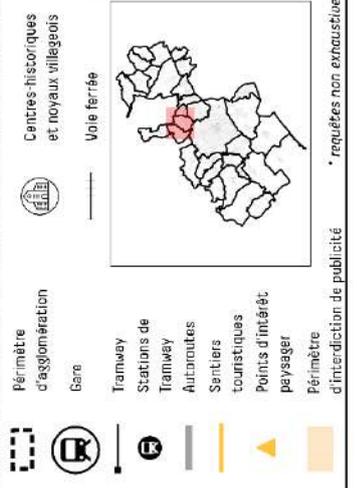
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de COURNONSEC

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)

Surface (m ²)	Conforme (RNP)	Non conforme (RNP)
moins de 3 m ²		
entre 3 et 5 m ²		
plus de 5 m ²		

Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés

	Grandes pénétrantes urbaines		Autres axes urbains
--	------------------------------	--	---------------------

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

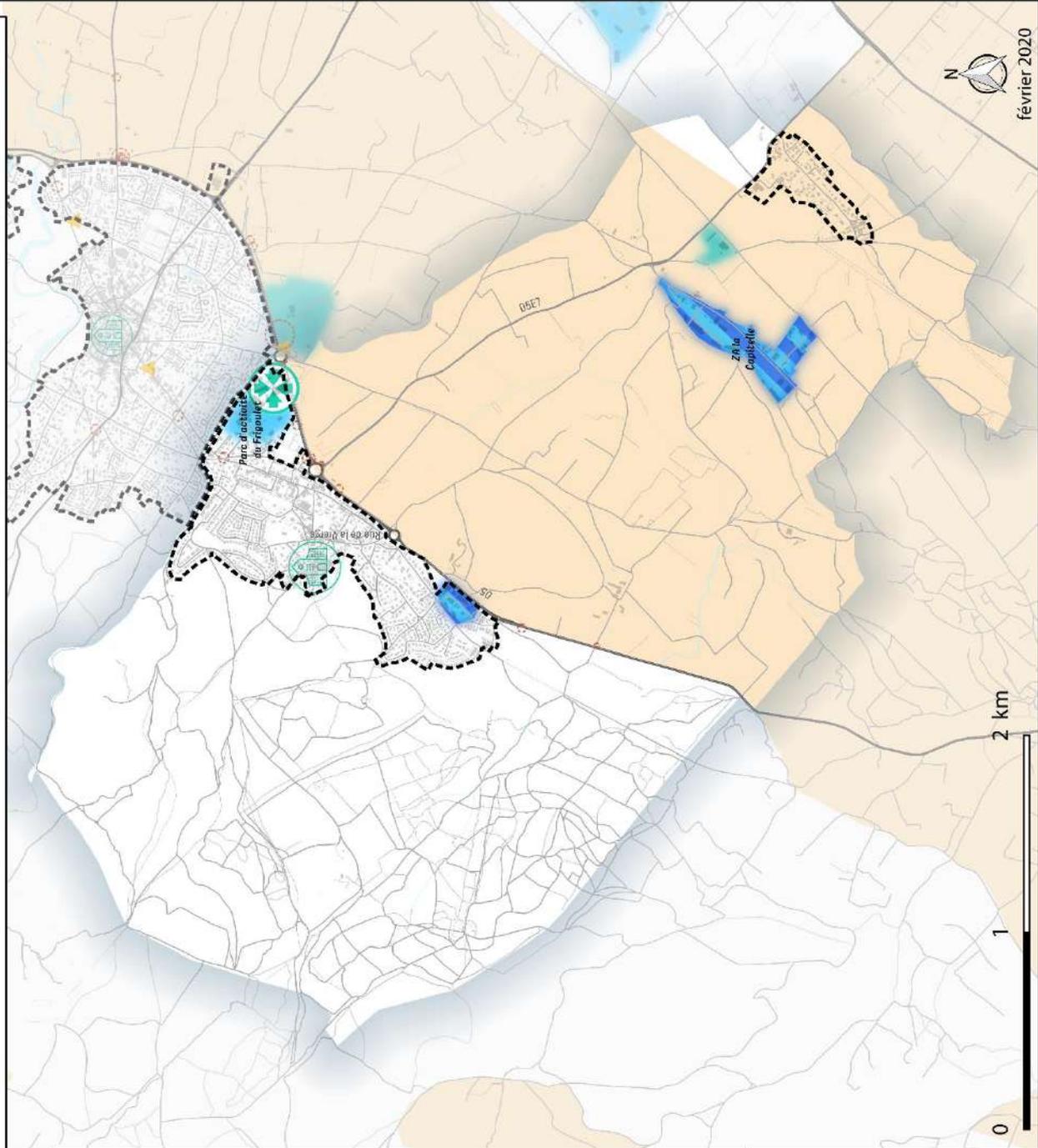
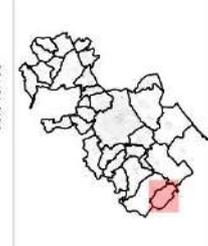
	Centres-historiques et noyaux villageois		Faubourgs et pôles secondaires
	Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)		

Zones économiques dédiées

	Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire
	Zone commerciale
	Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

	Périmètre d'agglomération		Centres historiques et noyaux villageois
	Gare		Voie ferrée
	Tramway		
	Stations de Tramway		
	Autocarroues		
	Sentiers touristiques		
	Points d'intérêt paysager		
	Périmètre d'interdiction de publicité		



* requêtes non exhaustives

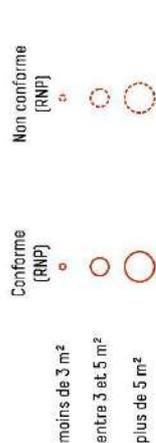


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de COURNONTERRAL

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



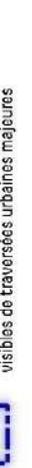
Zones économiques dédiées



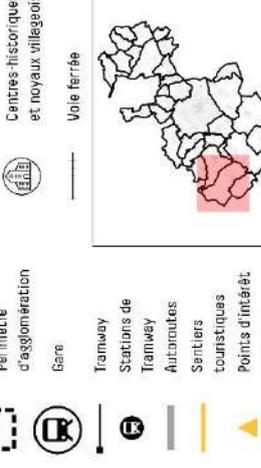
Zones économiques mixtes



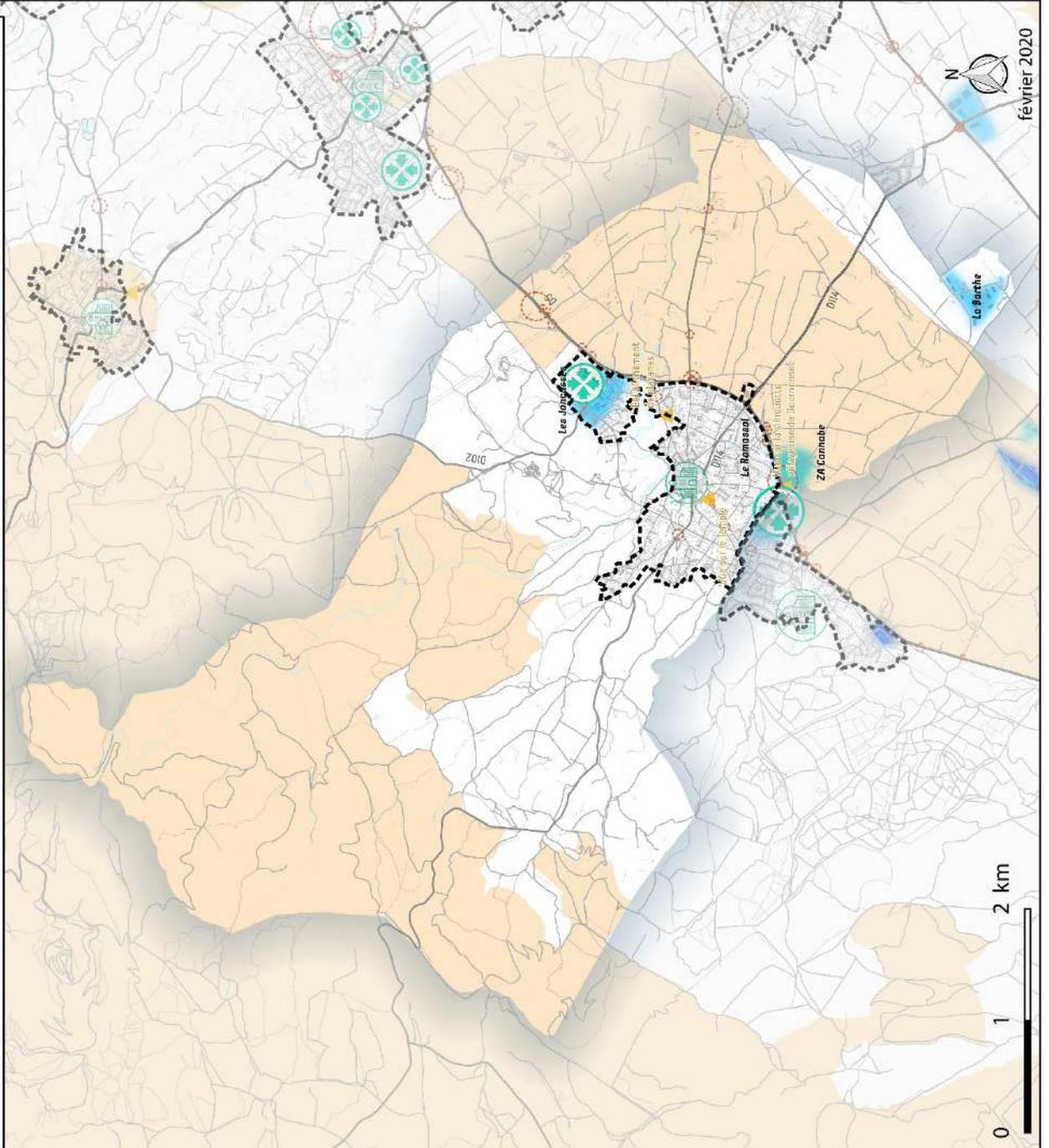
Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



Legende



* requêtes non exhaustives

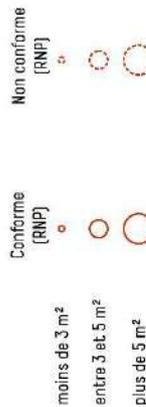


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de FABREGUES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) [encadrements compris]



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines ——— Autres axes urbains

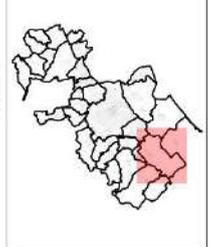
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

Commerces de proximité
 Centres-historiques et noyaux villageois
 Faubourgs et pôles secondaires
 Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

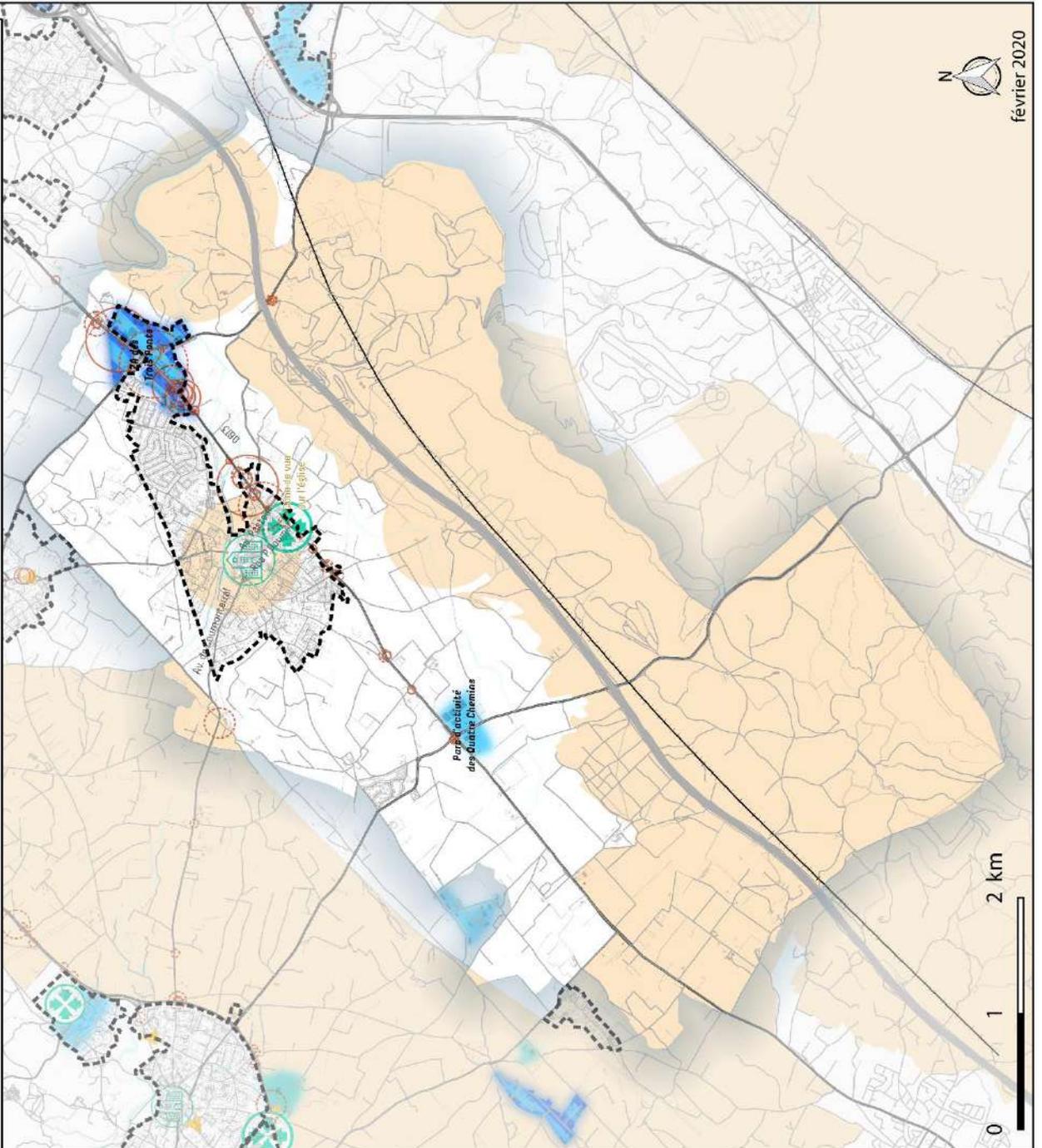
Zones économiques dédiées
 Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire
 Zone commerciale
 Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Périmètre d'agglomération	Centres historiques et noyaux villageois
Gare	Voie ferrée
Tramway	
Stations de Tramway	
Autoroutes	
Sentiers touristiques	
Points d'intérêt paysager	
Périmètre d'interdiction de publicité	



* requêtes non exhaustives

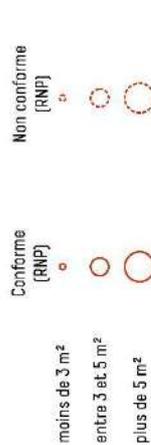


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de GRABELS

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines ——— Autres axes urbains

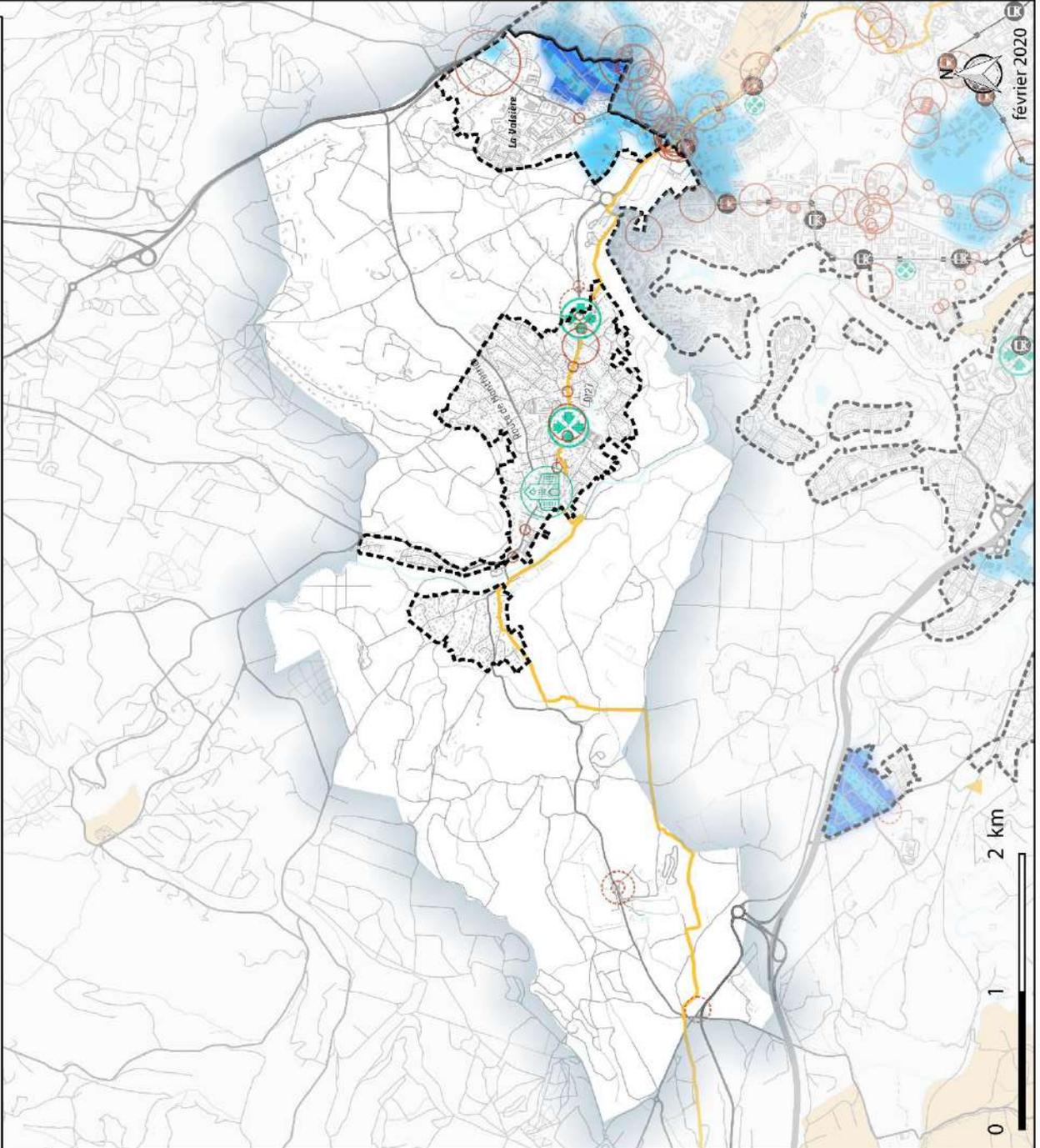
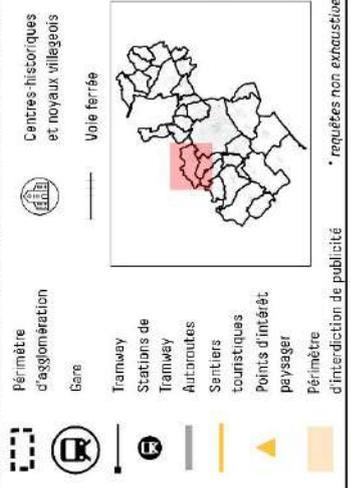
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

Commerces de proximité
Centres-historiques et noyaux villageois
Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées
Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

Zone commerciale
Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

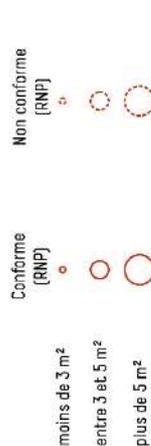


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de JACOU

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après cotaculté des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



Perimètre d'agglomération



Tramway



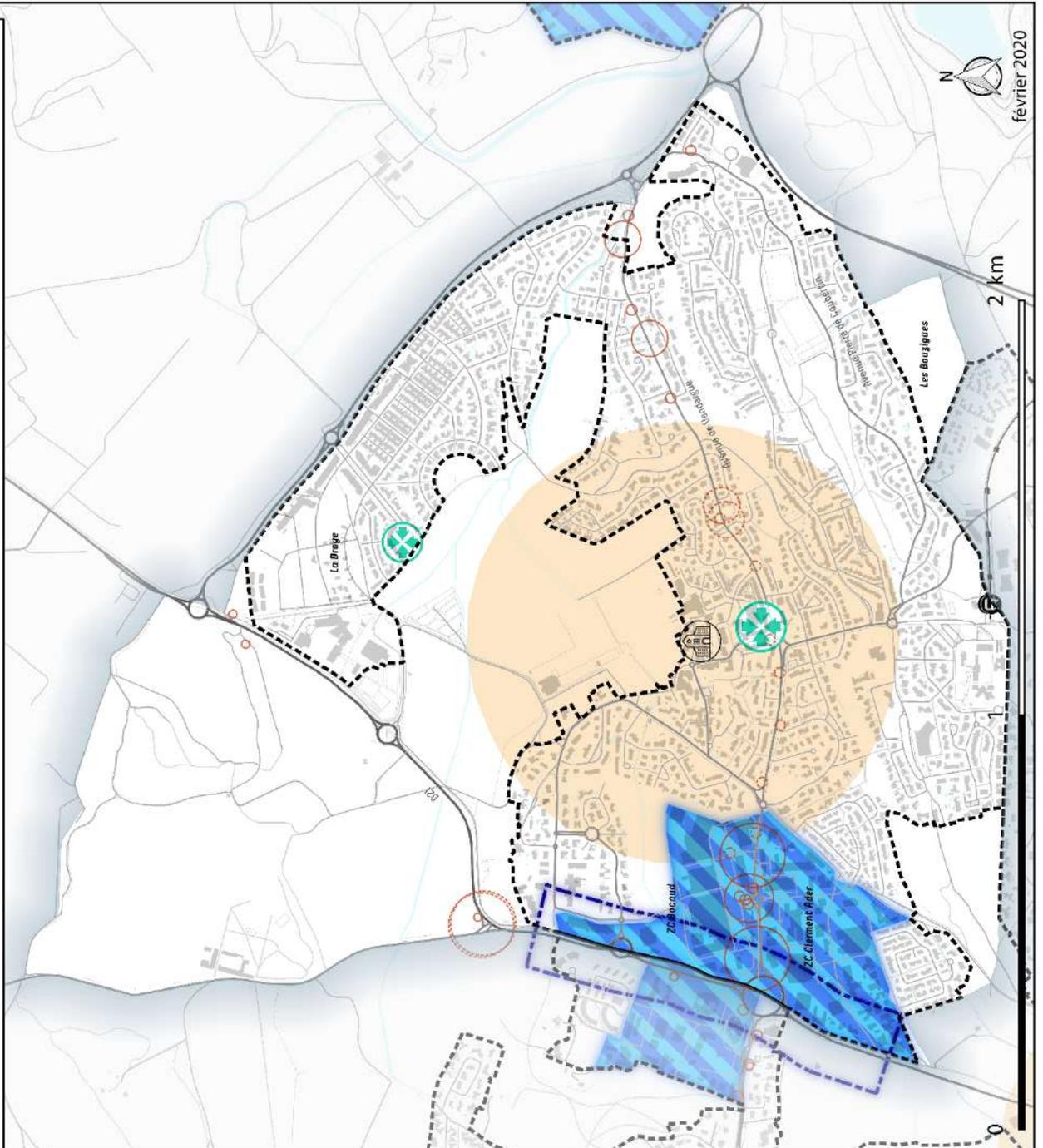
Perimètre d'interdiction de publicité



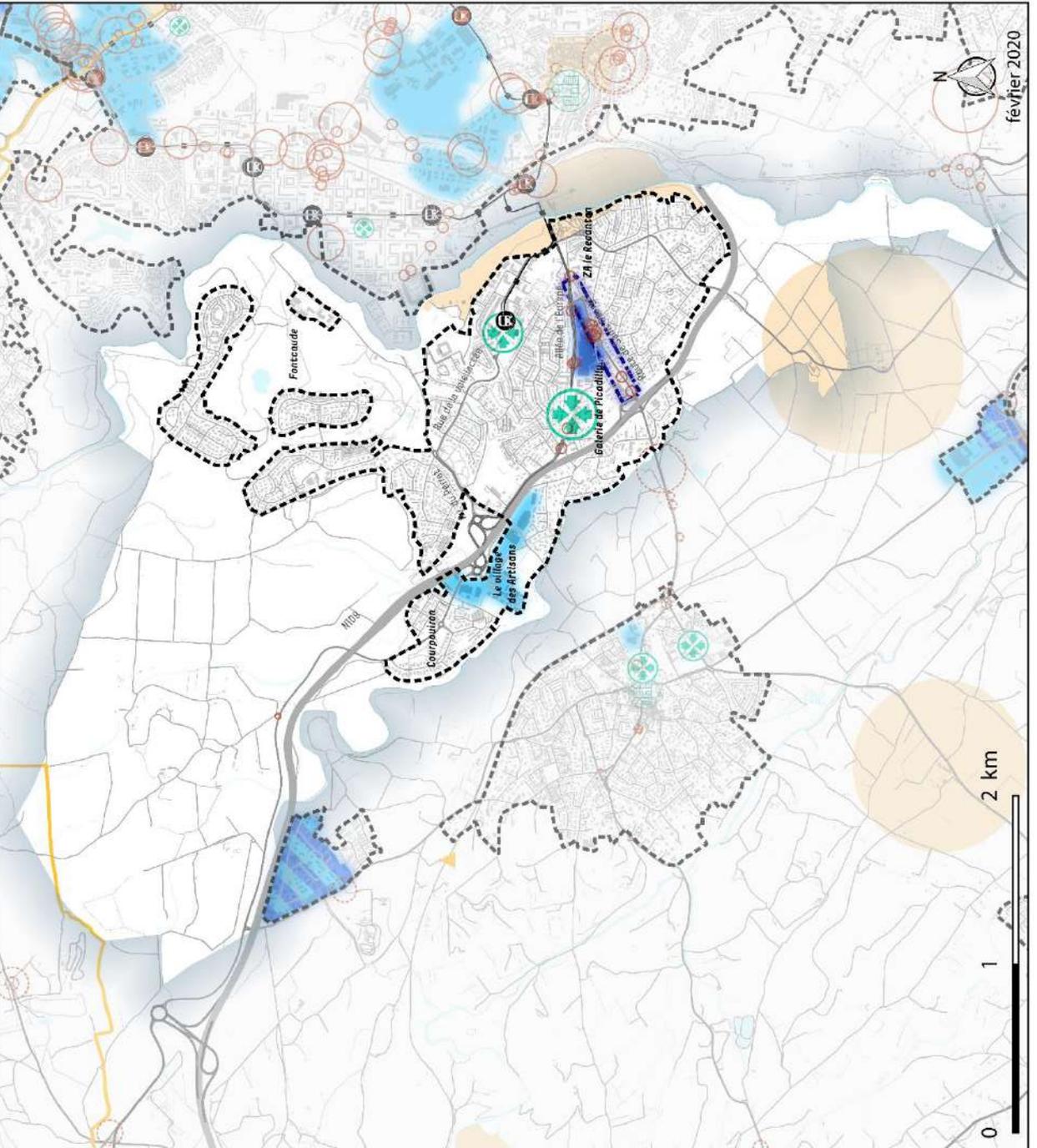
Perimètre d'interdiction de publicité



* requêtes non exhaustives



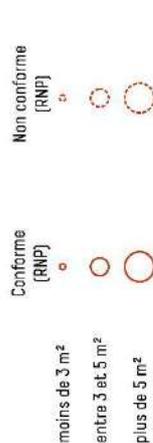
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de JUVIGNAC

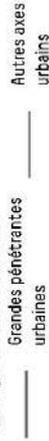
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés



PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

Commerces de proximité
Centres-historiques et noyaux villageois
Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées
Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Zone commerciale

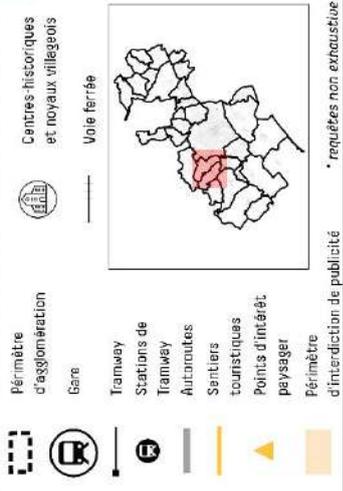
Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de LATTES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)

Conforme (RNP)	Non conforme (RNP)
moins de 3 m ²	
entre 3 et 5 m ²	
plus de 5 m ²	

Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés

	Grands pénétrantes urbaines		Autres axes urbains
--	-----------------------------	--	---------------------

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

	Centres historiques et noyaux villageois		Faubourgs et pôles secondaires
	Arçères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)		

Zones économiques dédiées

-
-
-
-

Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes

visibles de traversées urbaines majeures

Périmètre d'agglomération

Gare

Centres historiques et noyaux villageois

Voie ferrée

Tramway

Stations de Tramway

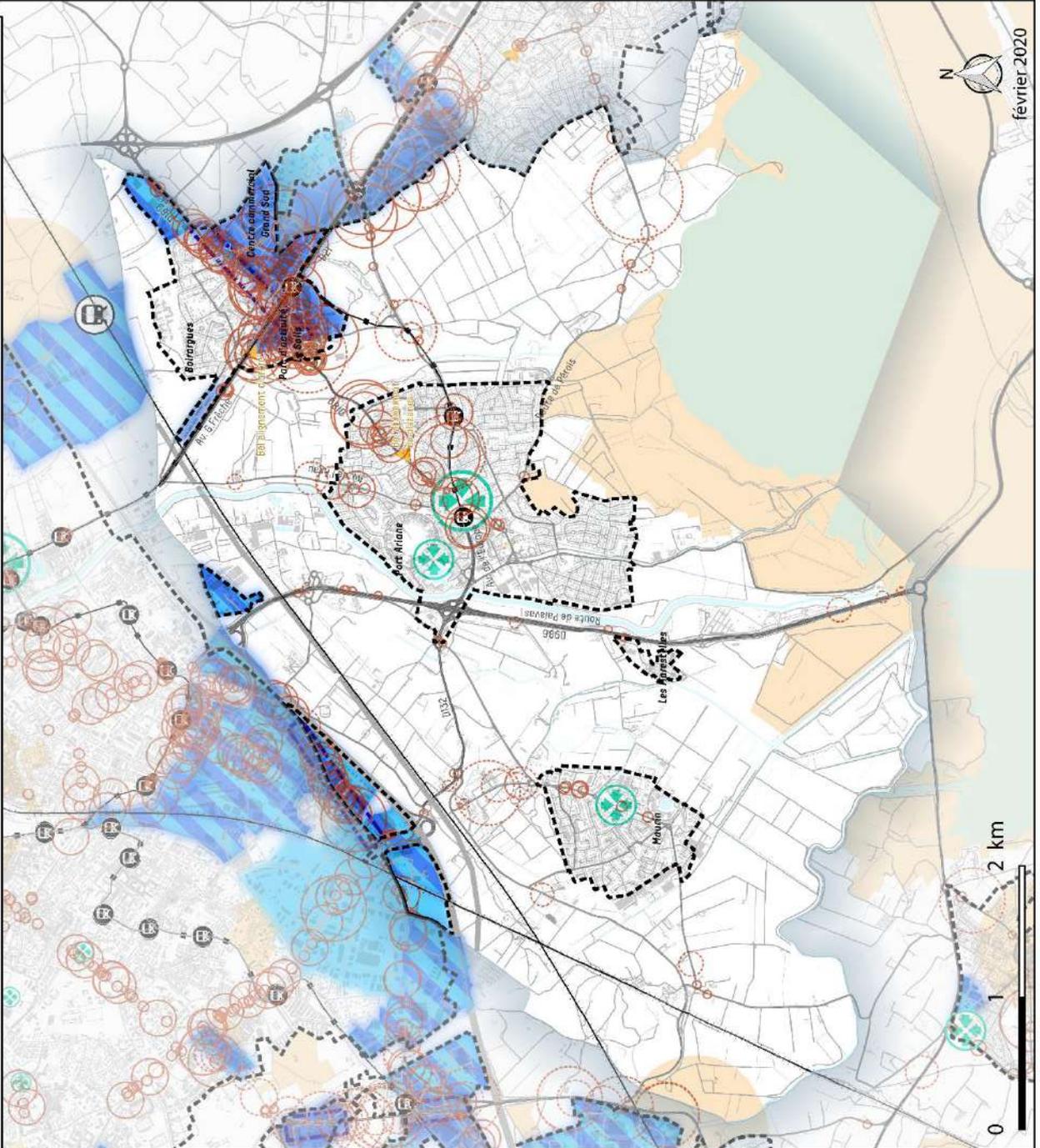
Autoroutes

Sentiers touristiques

Points d'intérêt paysager

Périmètre d'interdiction de publicité

* requêtes non exhaustives

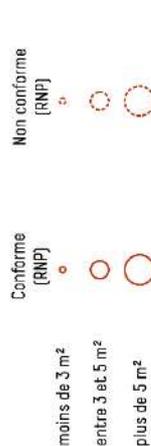


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de LAVERUNE

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) [encadrements compris]



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés



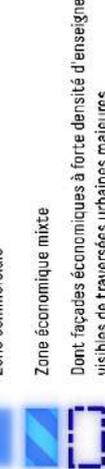
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



Périmètre d'agglomération

Base

Centres historiques et noyaux villageois

Voie ferrée

Tramway

Stations de Tramway

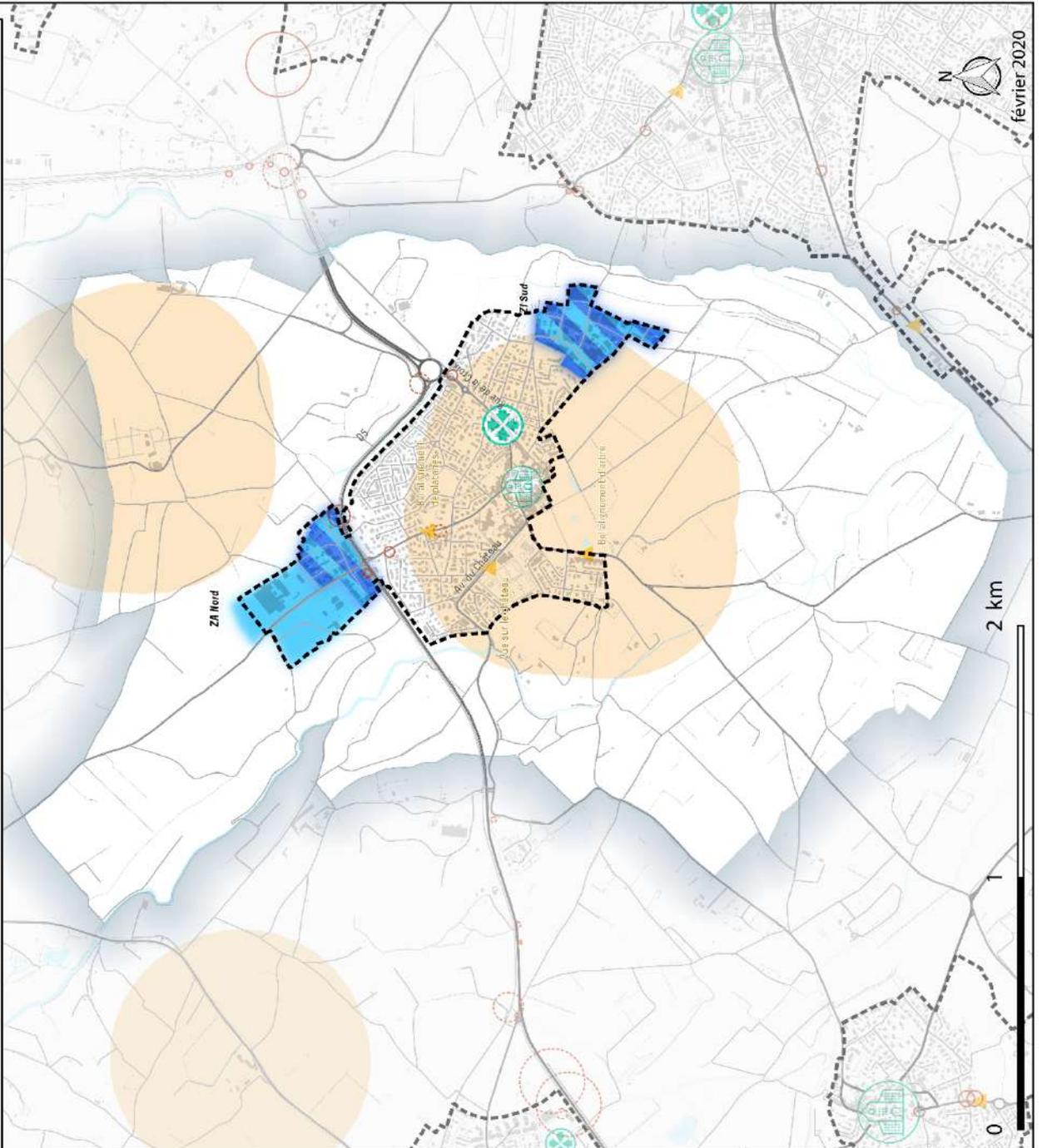
Autocourtes

Sentiers touristiques

Points d'intérêt paysager

Périmètre d'interdiction de publicité

* requêtes non exhaustives

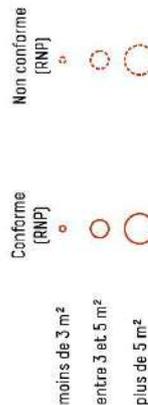


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de LE CRES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



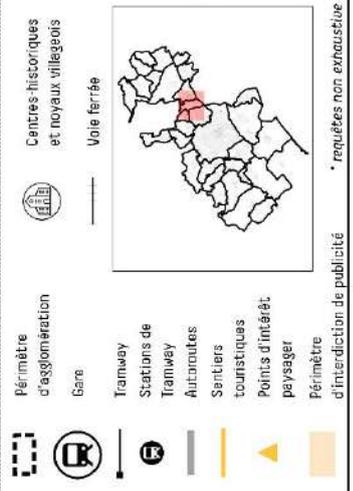
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



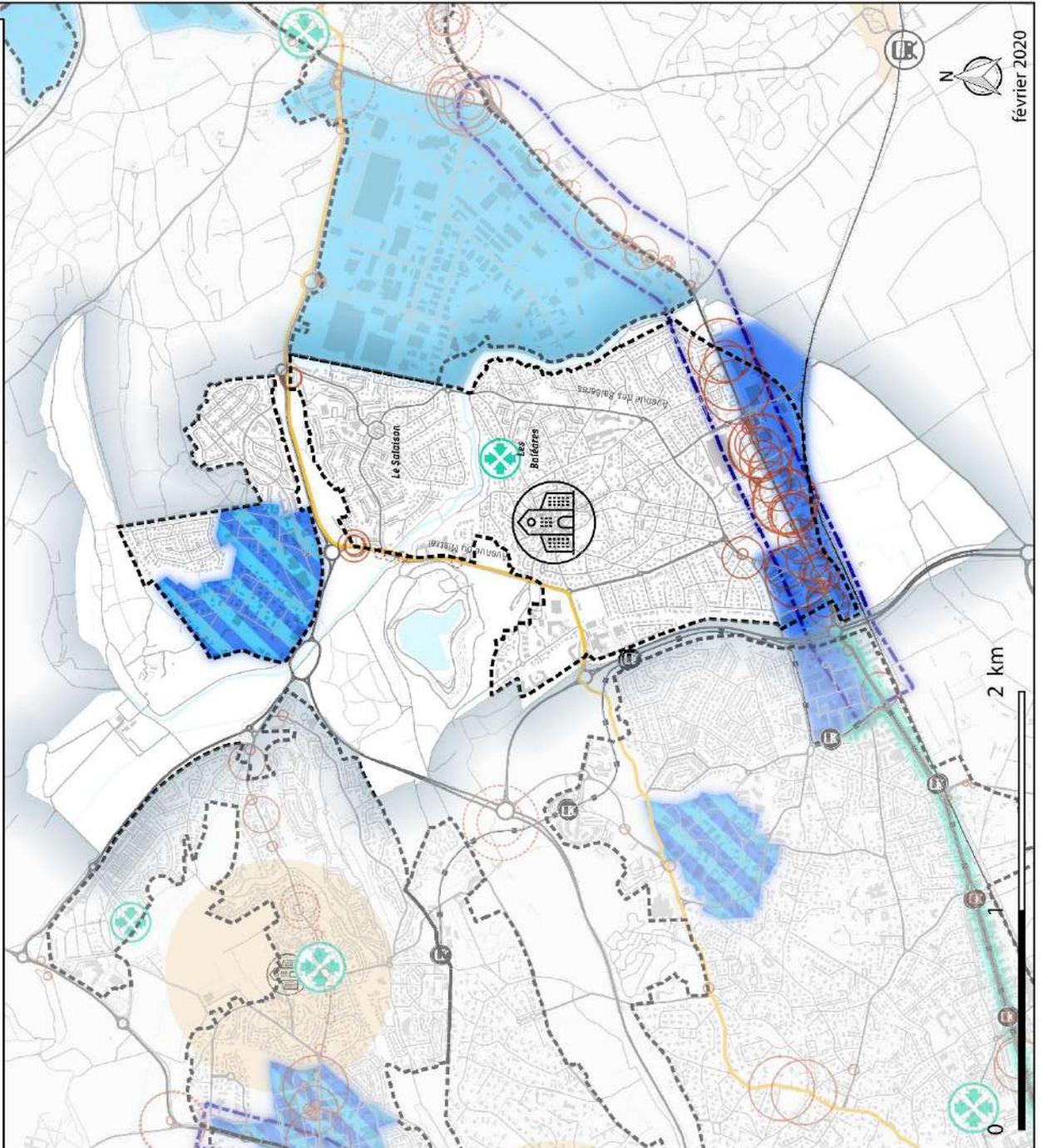
Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives

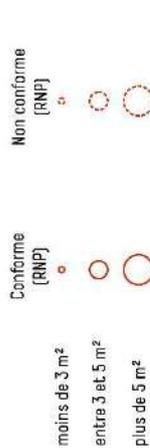


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de MONTAUD

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



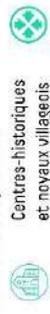
Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés



PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

Commerces de proximité
Centres-historiques et noyaux villageois



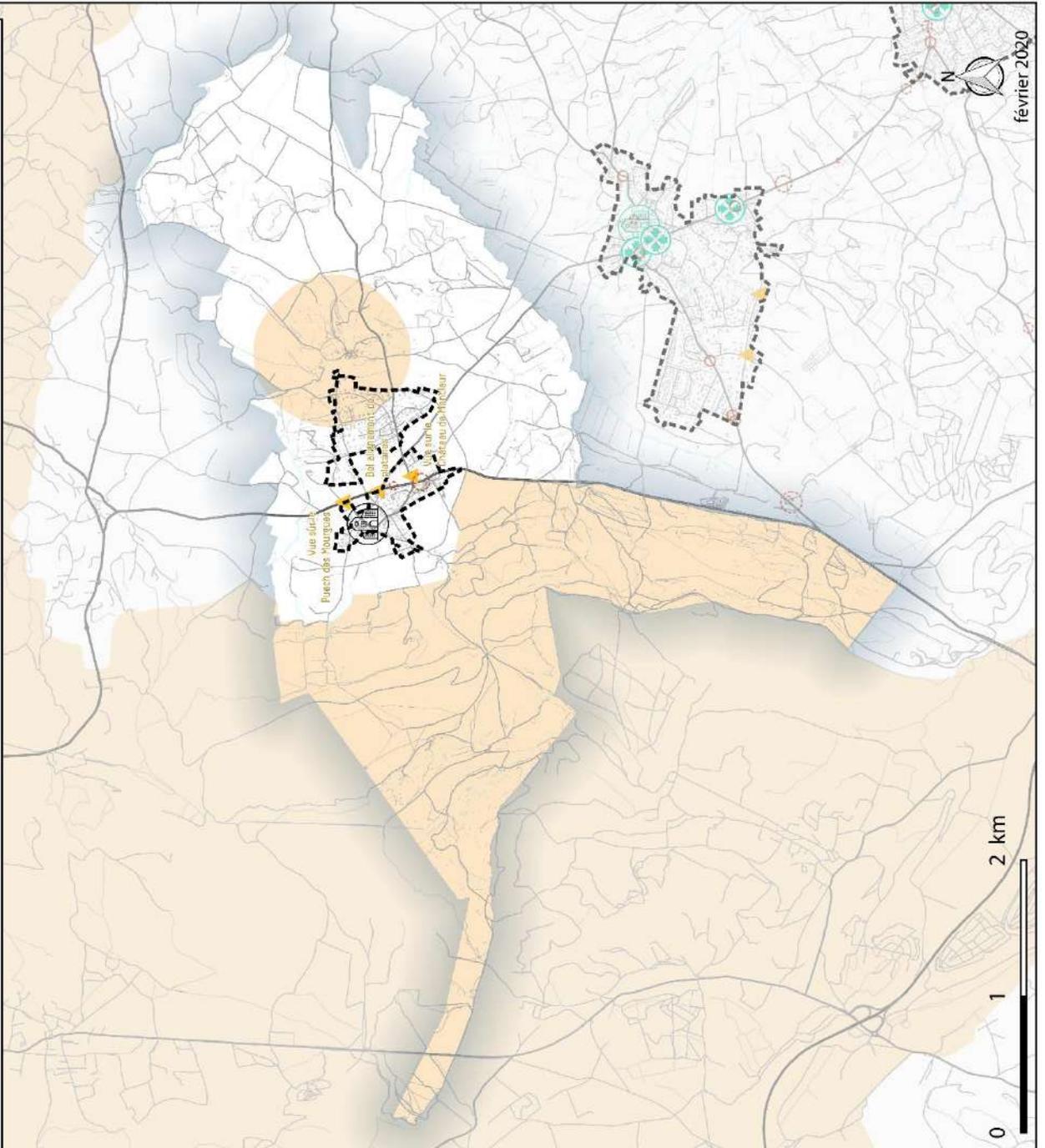
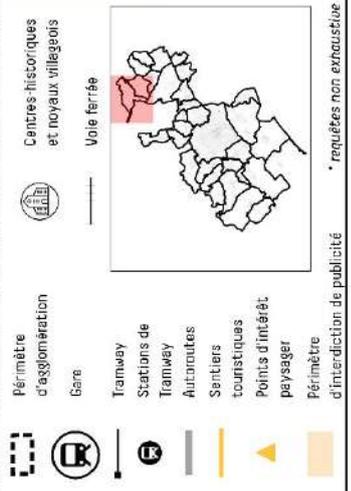
Faubourgs et pôles secondaires

Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées
Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

Zone commerciale
Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



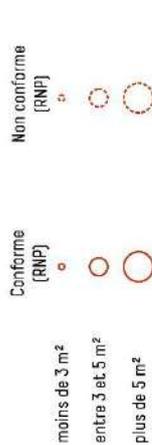
* requêtes non exhaustives

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de MONTFERRIER-SUR-LEZ

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines — Autres axes urbains

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

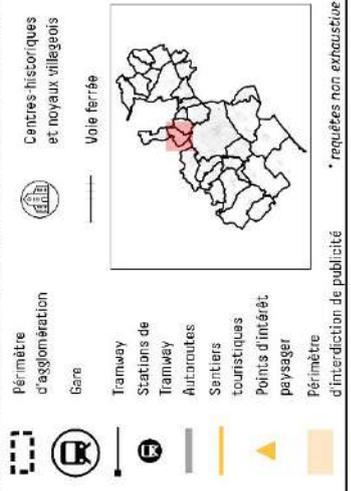
Commerces de proximité
Centres-historiques et noyaux villageois
Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées
Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

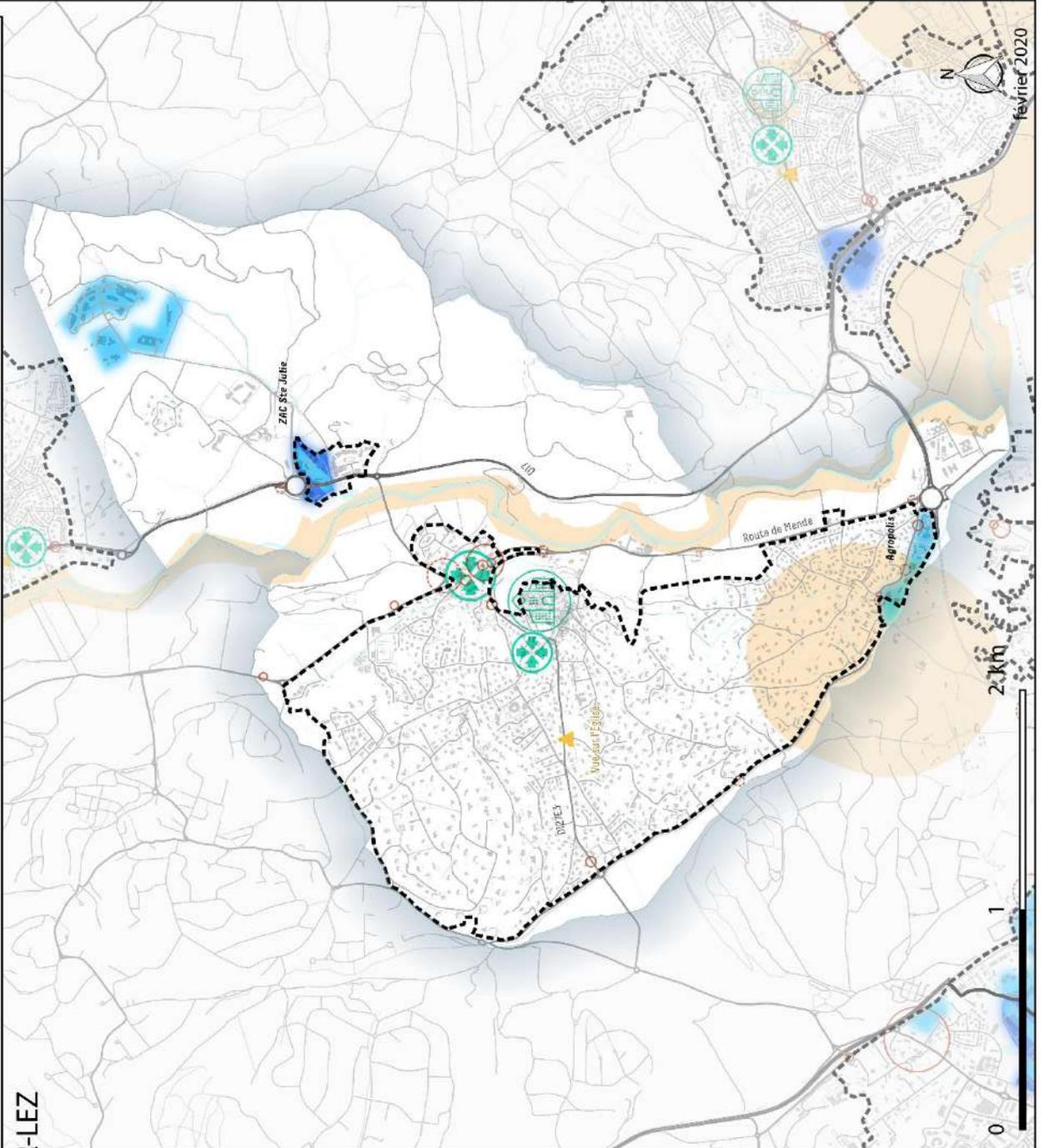
Zone commerciale

Zone économique mixte

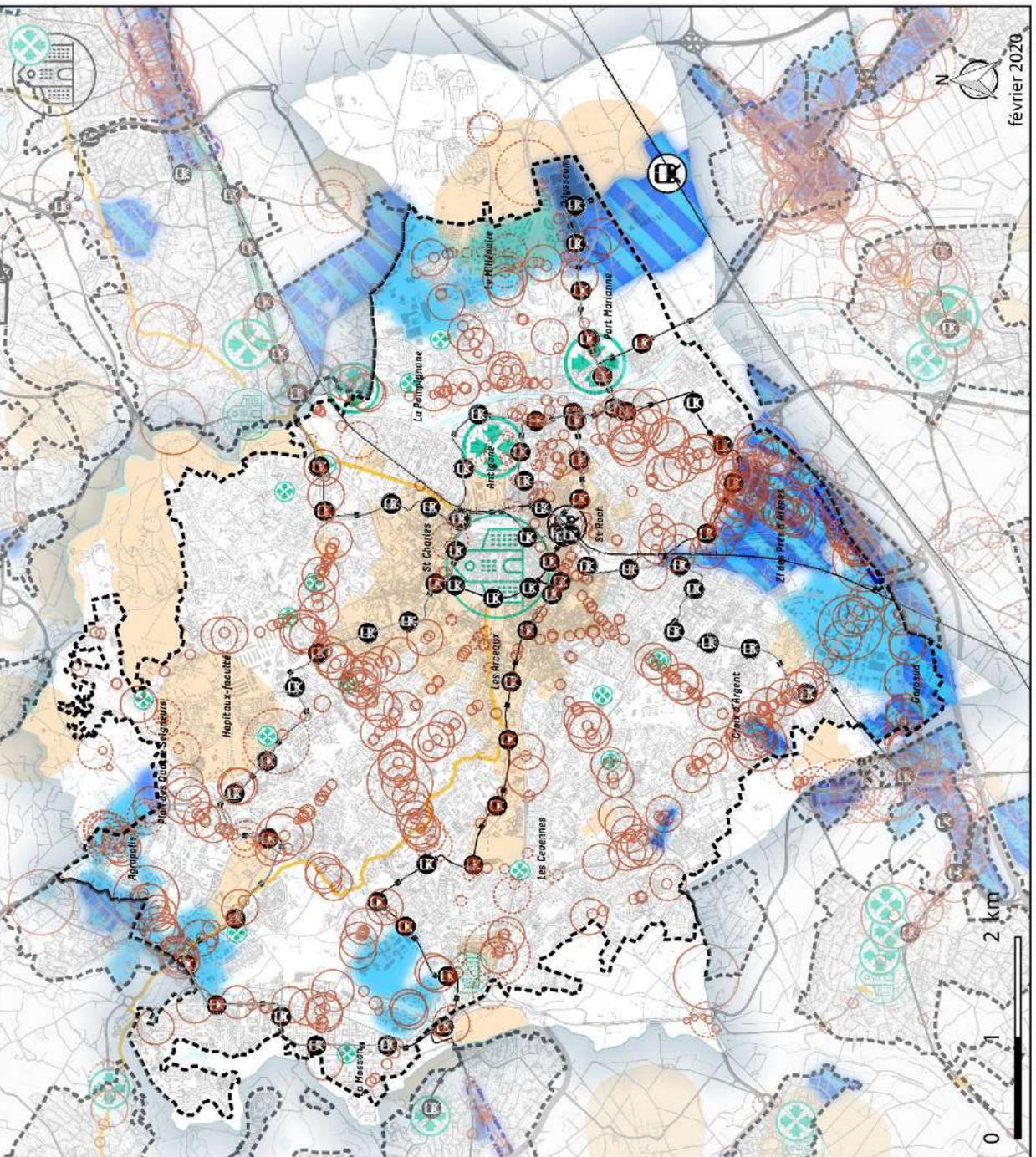
Zone économique à forte densité d'enseignes
Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives



Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

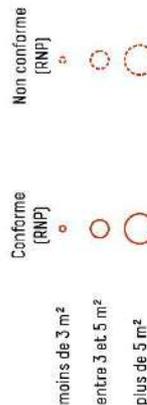


février 2020

Commune de MONTPELLIER

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



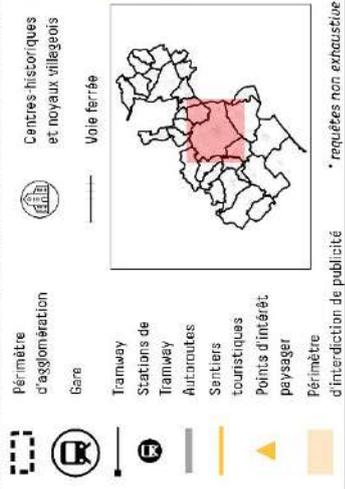
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



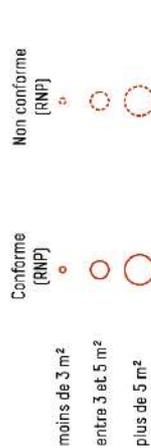
* requêtes non exhaustives

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de MURVIEL-LES-MONTEPELLIER

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) [encadrements compris]



Conformité en l'absence de RPI et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

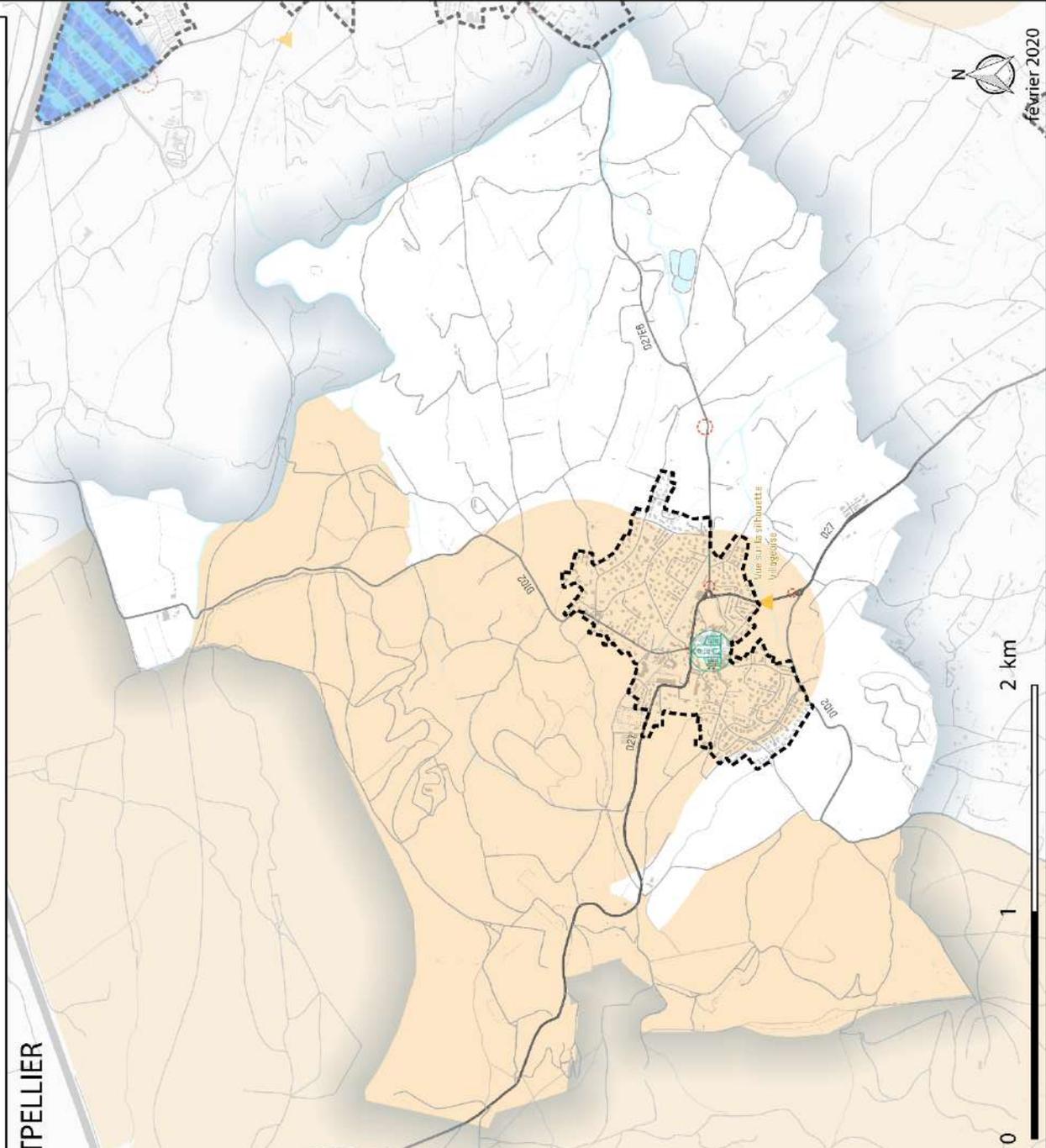


Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



février 2020

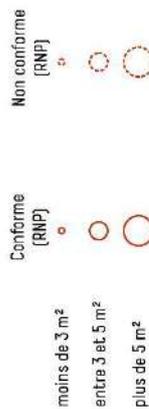


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de PEROLS

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)

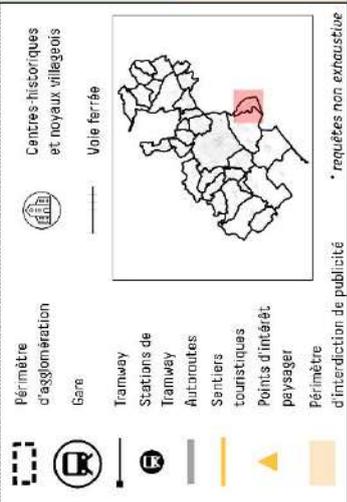


Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

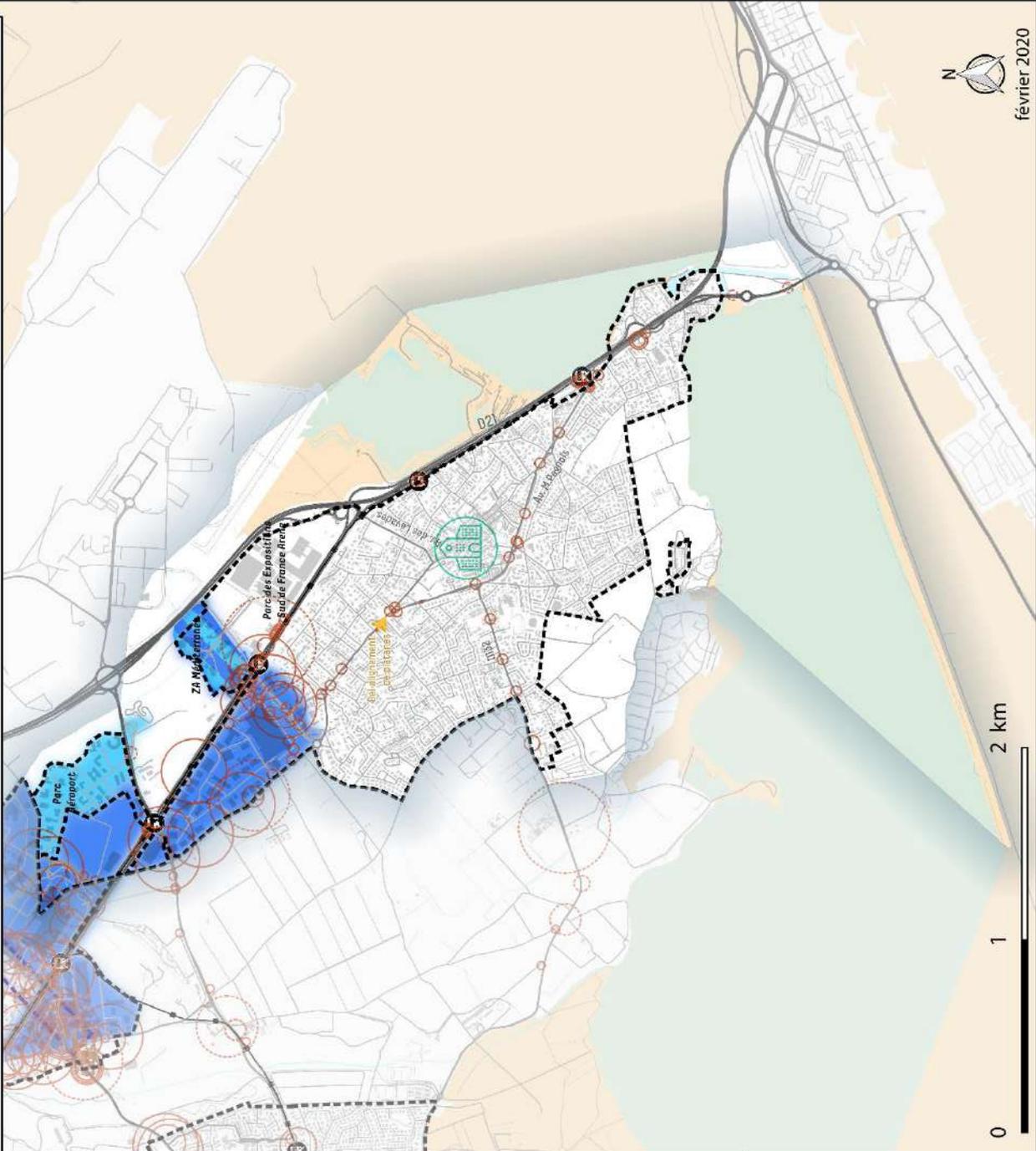
Typologie des axes concernés



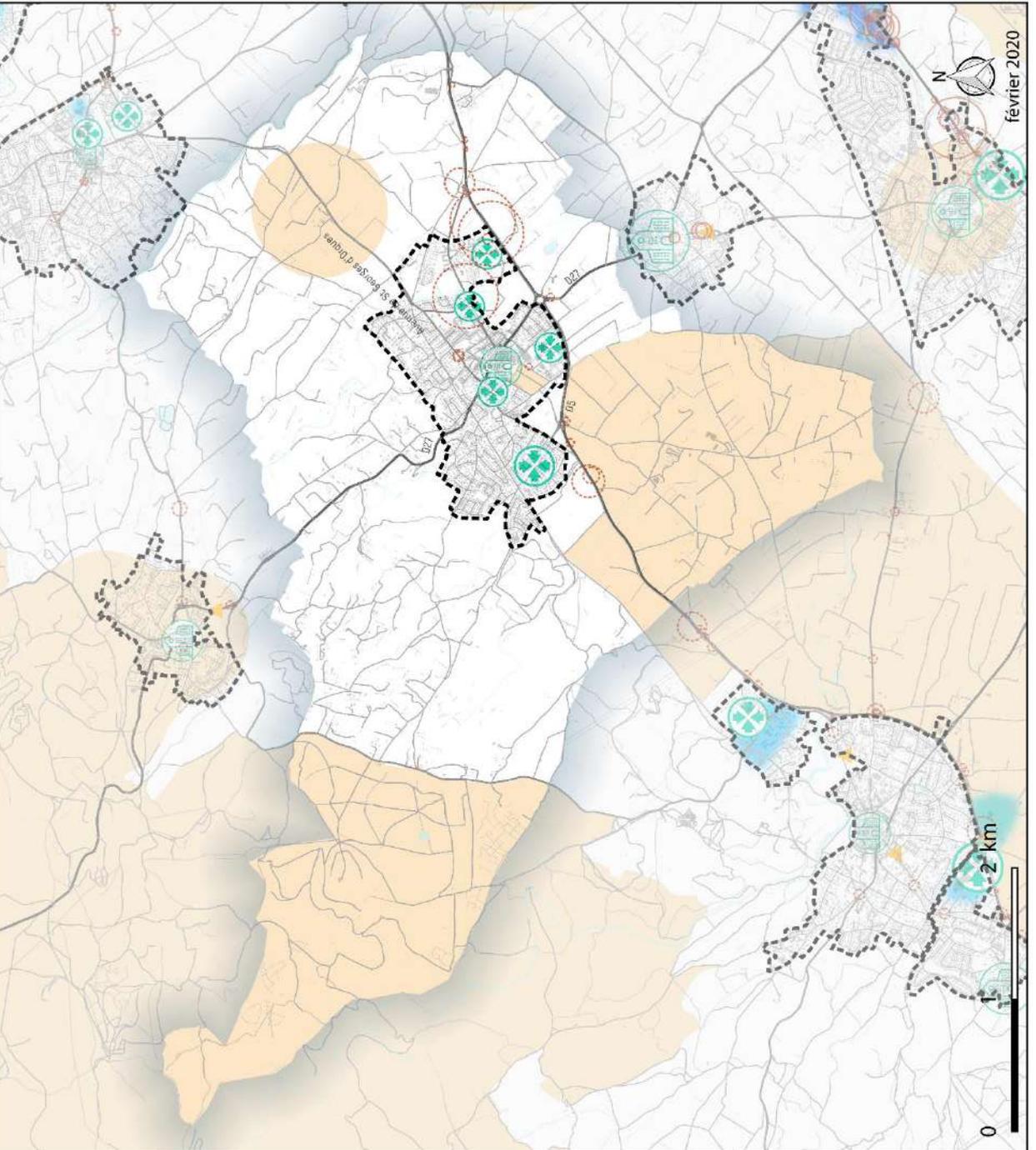
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



* requêtes non exhaustives



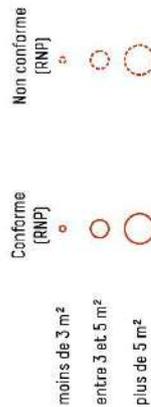
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de PIGNAN

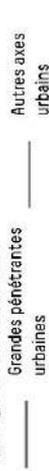
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



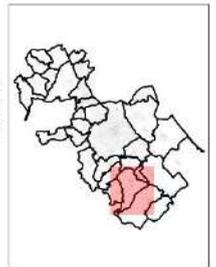
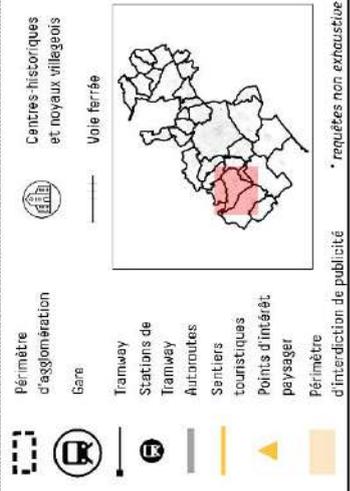
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



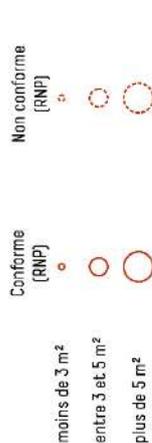
* requêtes non exhaustives

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de PRADES-LE-LEZ

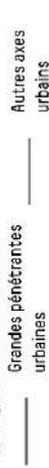
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés



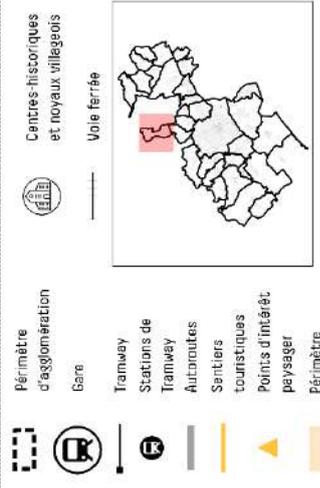
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



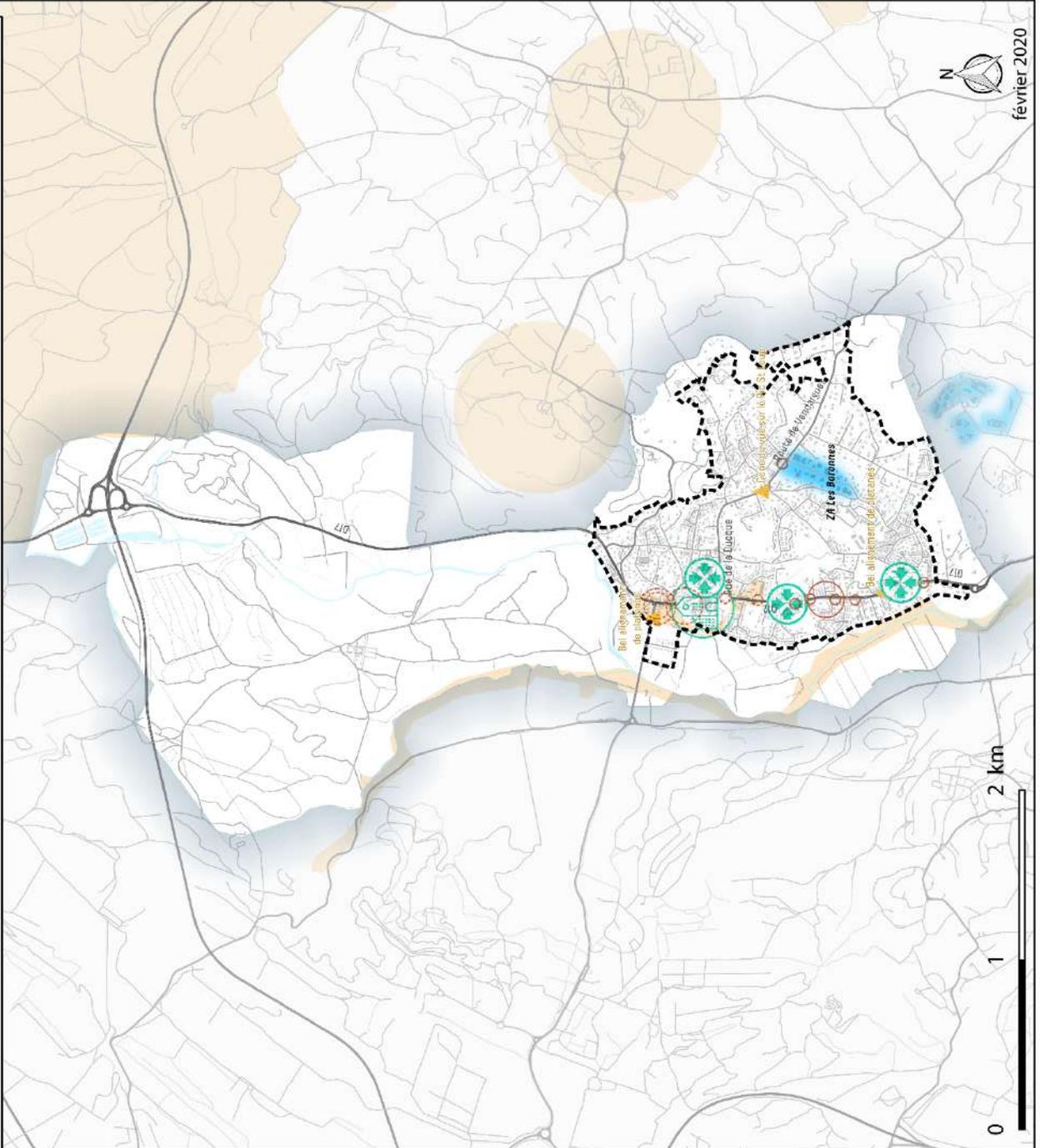
Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives

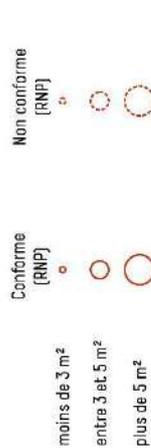


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de RESTINCLIERES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés



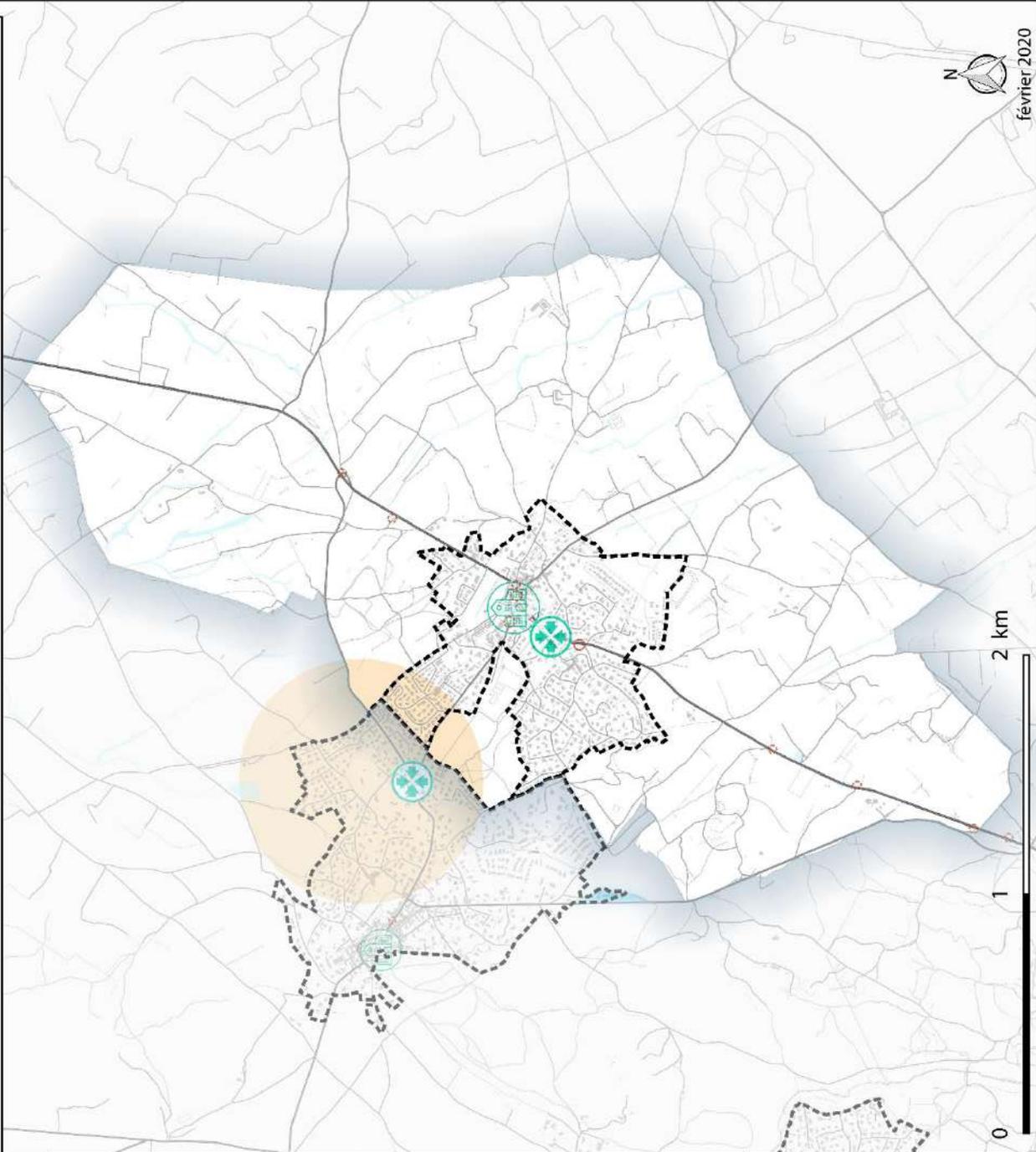
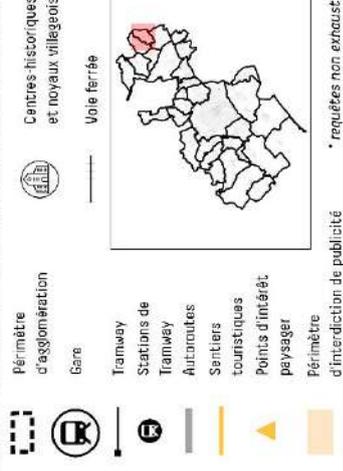
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées



Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

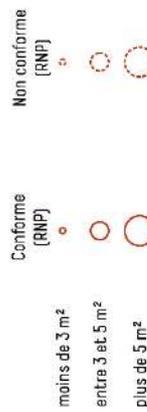


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de SAINT-BRES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés

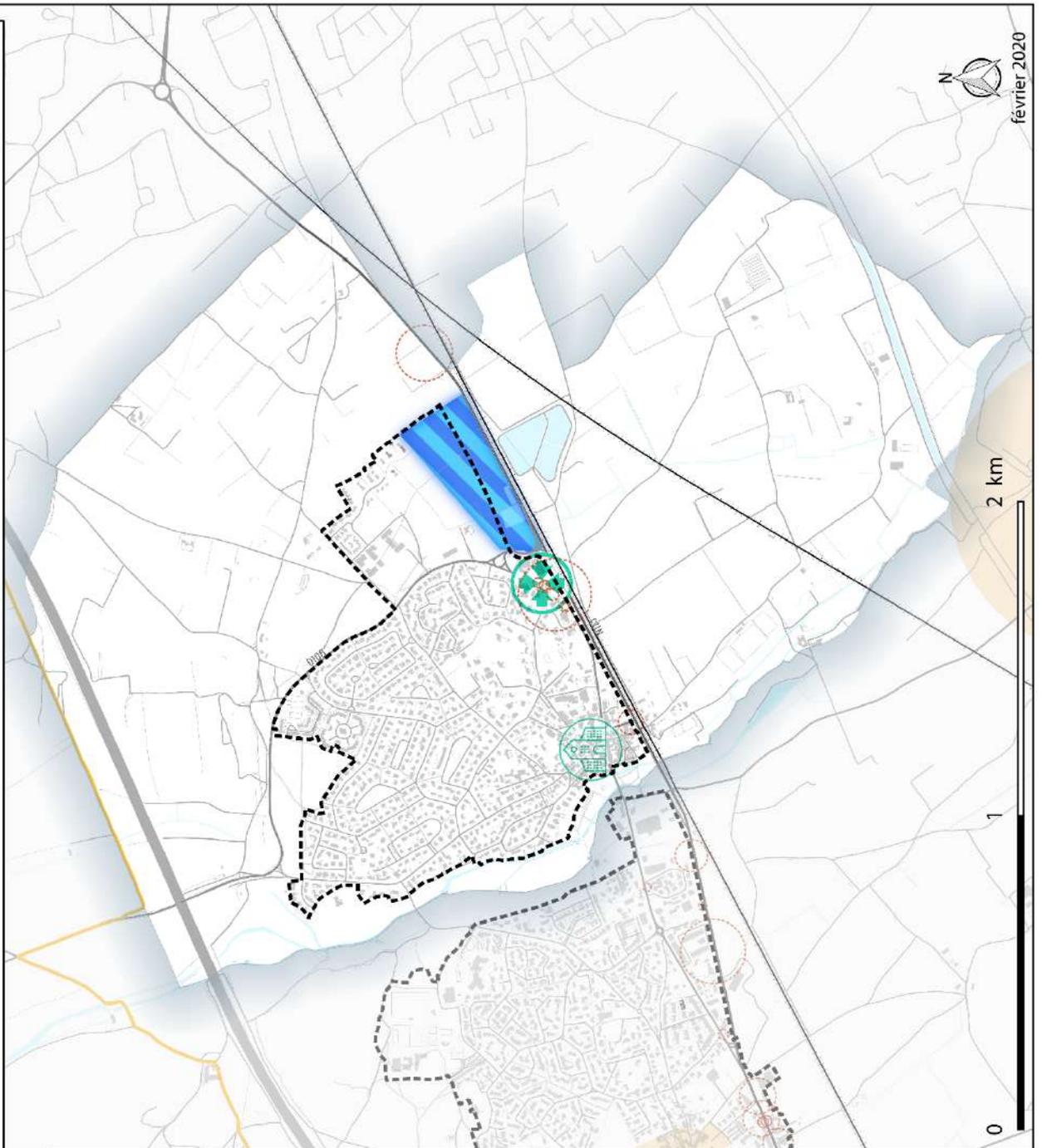
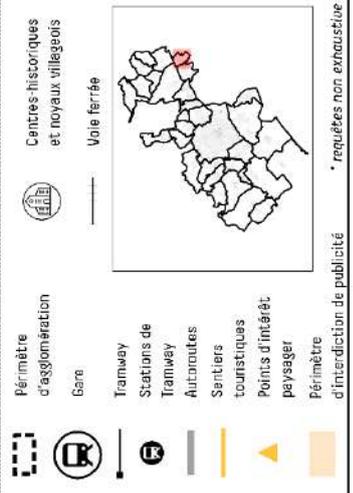
Grandes pénétrantes urbaines — Autres axes urbains

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

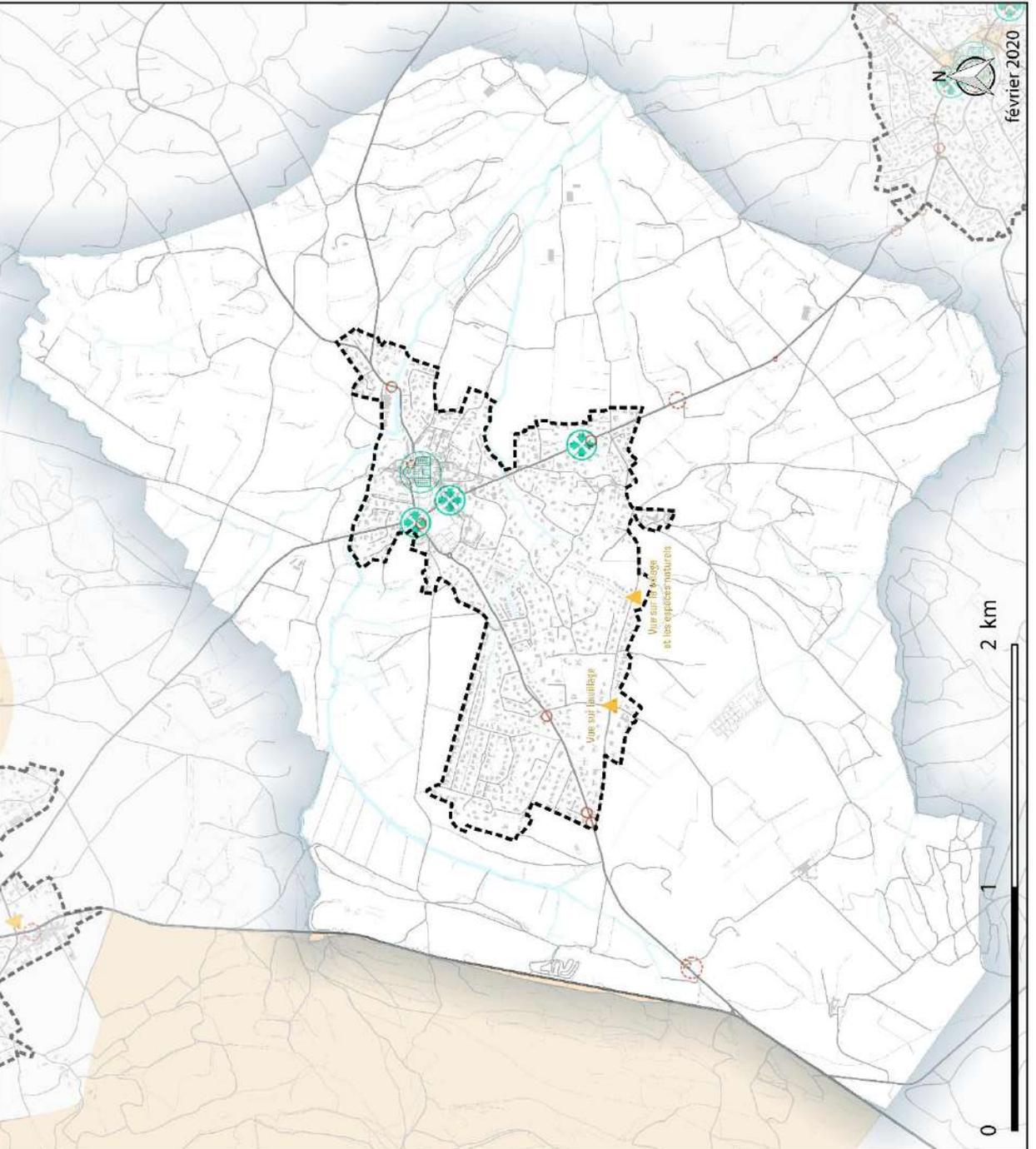
Commerces de proximité
 Centres-historiques et noyaux villageois
 Faubourgs et pôles secondaires
 Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées
 Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire
 Zone commerciale
 Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



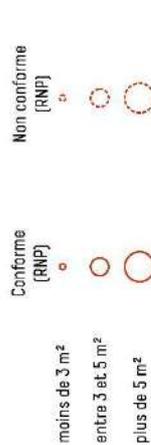
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de SAINT-DREZERY

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines Autres axes urbains

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

Commerces de proximité Centres-historiques et noyaux villageois Faubourgs et pôles secondaires
Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées

Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire

Zone commerciale

Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Périmètre d'agglomération

Gare

Tramway

Stations de Tramway

Autoroutes

Sentiers touristiques

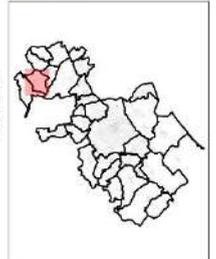
Points d'intérêt paysager

Périmètre d'interdiction de publicité

* requêtes non exhaustives

Centres historiques et noyaux villageois

Voie ferrée

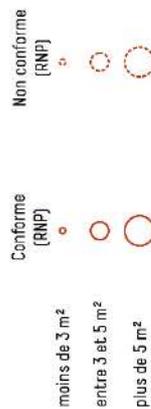


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de SAINT-GENIES-DES-MOURGUES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées



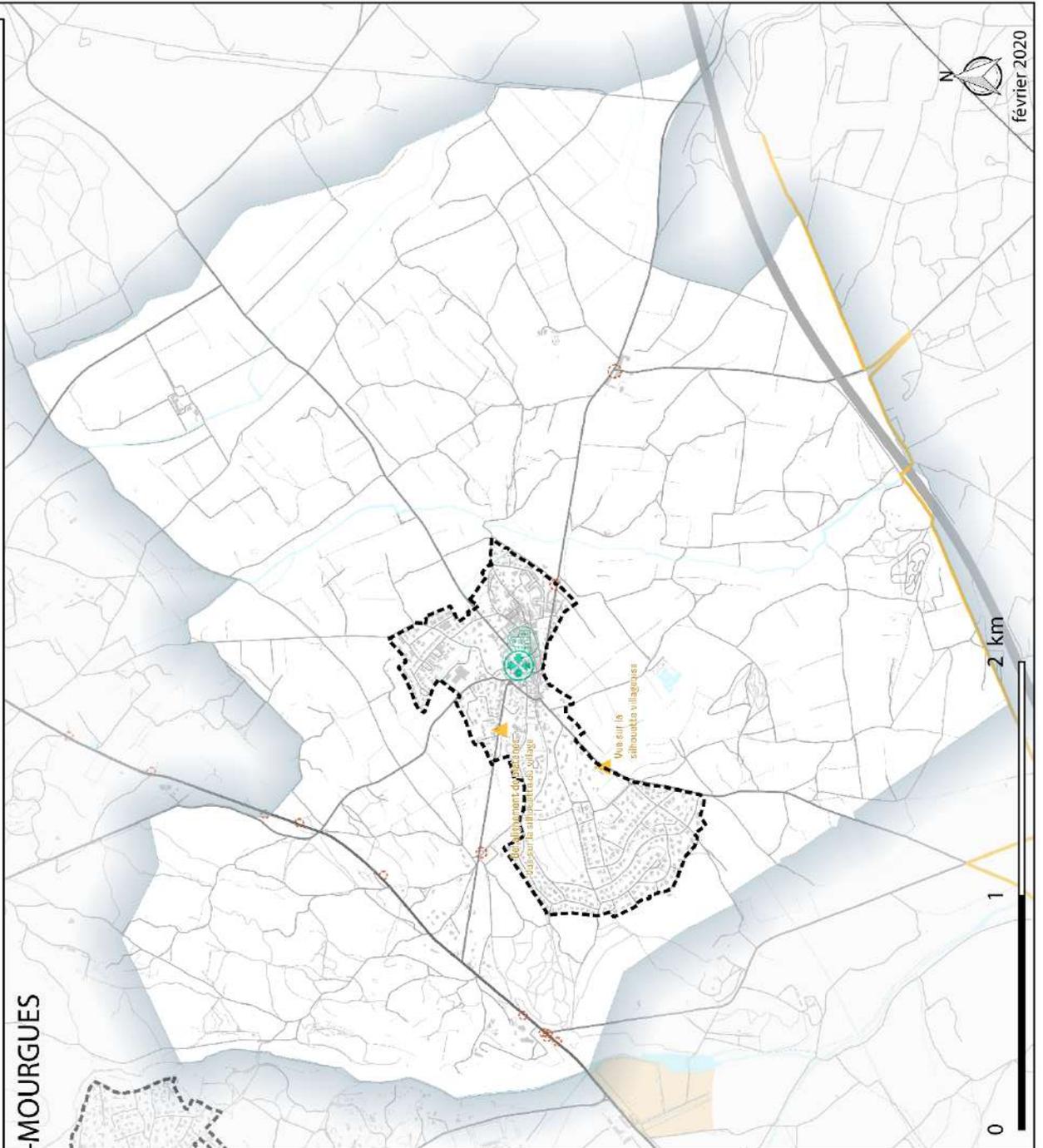
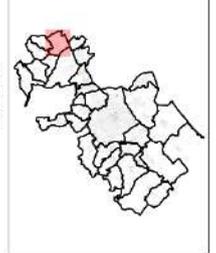
Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



Périmètre d'agglomération



Tramway



Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de SAINT-GEORGES D'ORQUES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

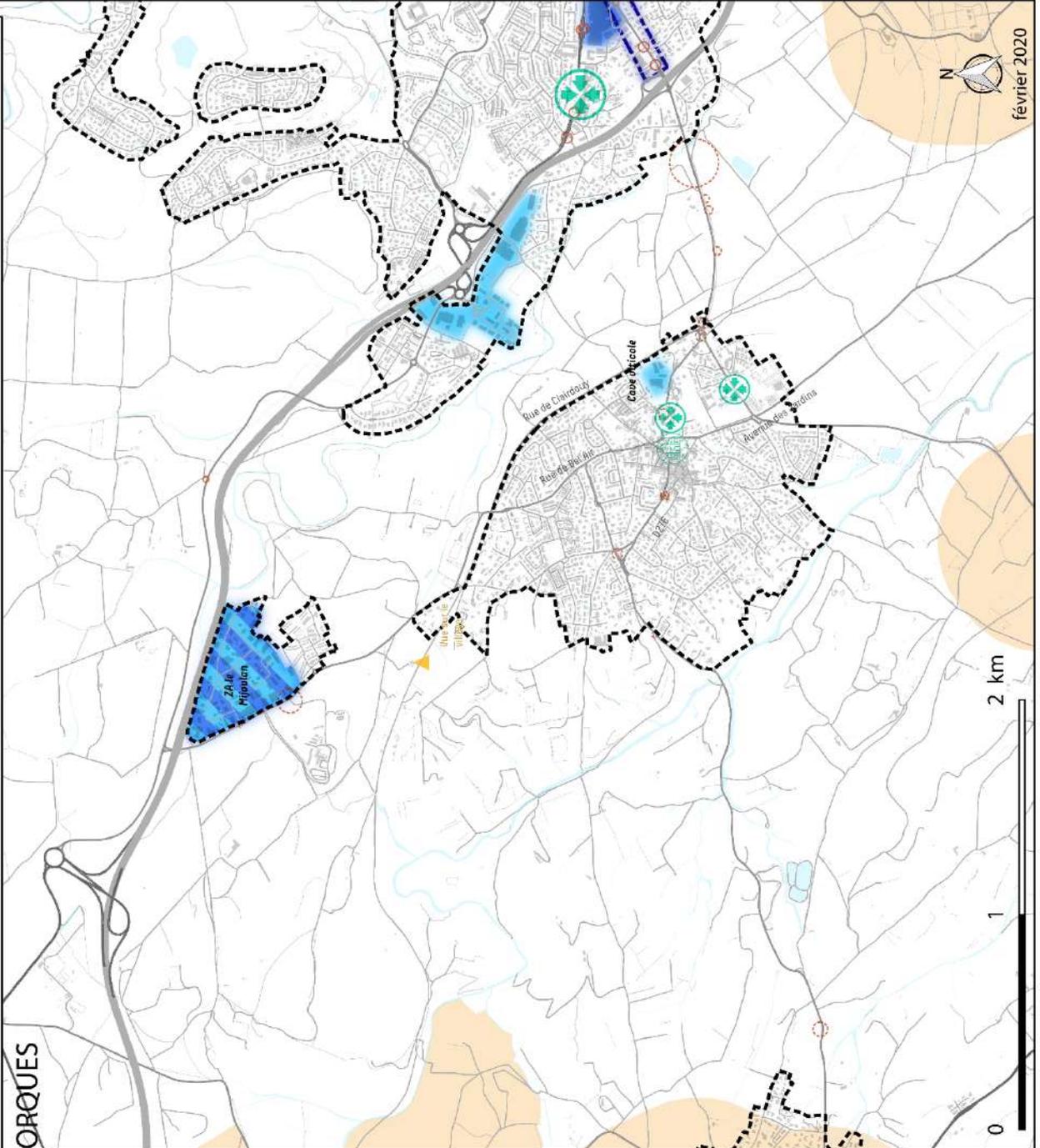
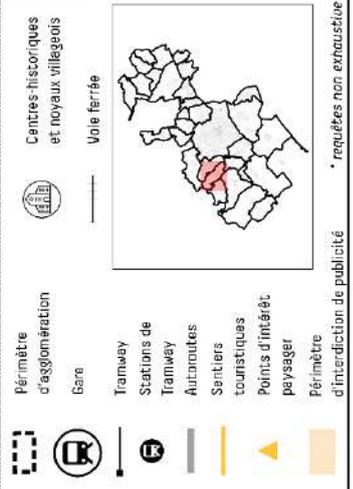
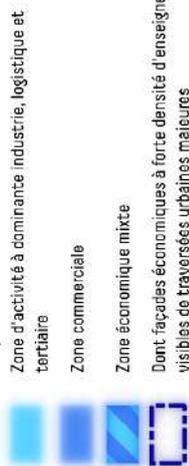
Typologie des axes concernés



PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées

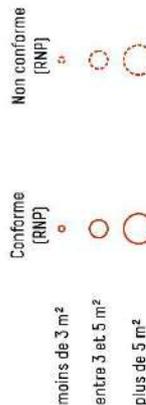


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de SAINT-JEAN-DE-VEDAS

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



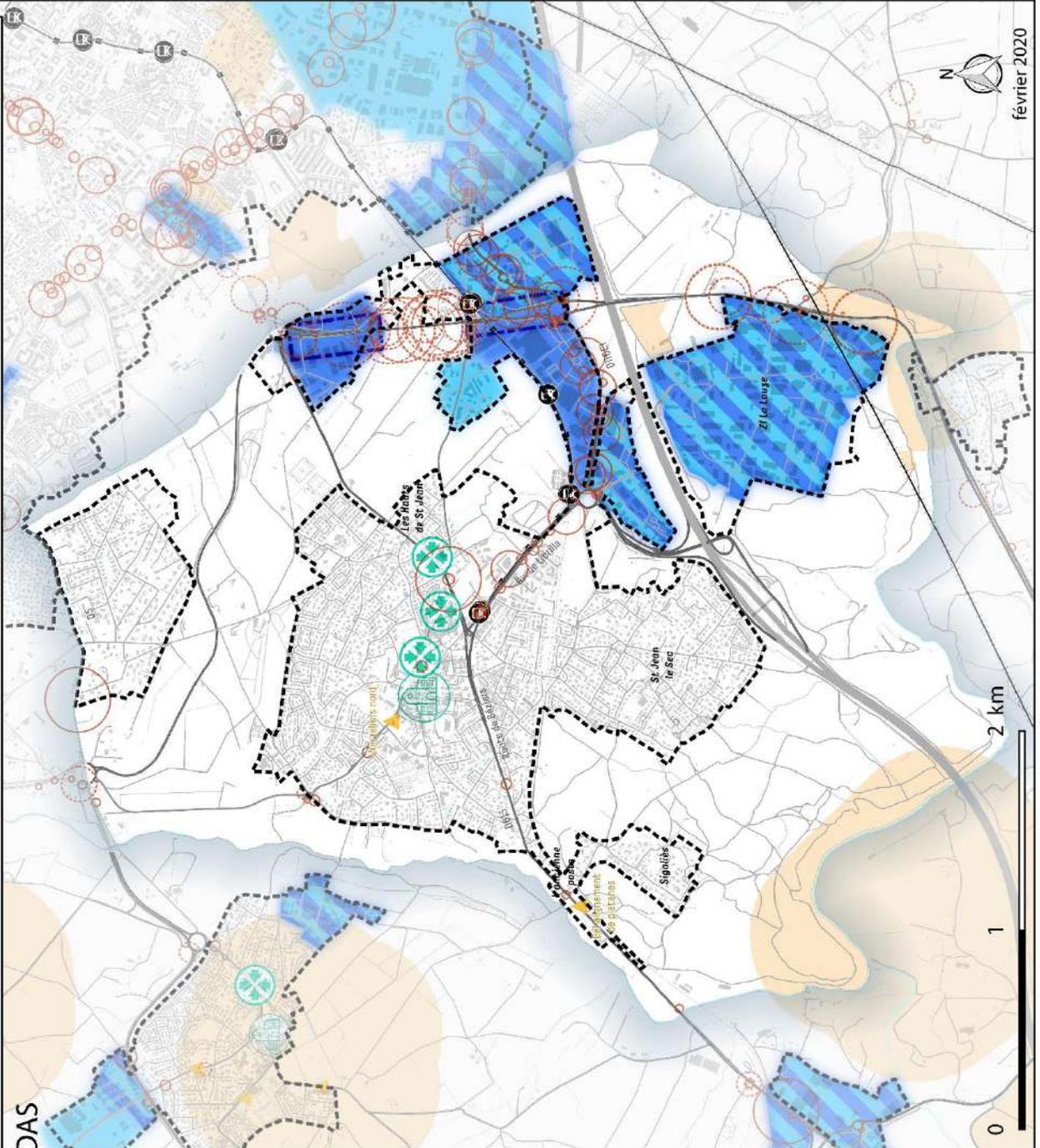
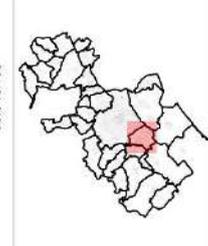
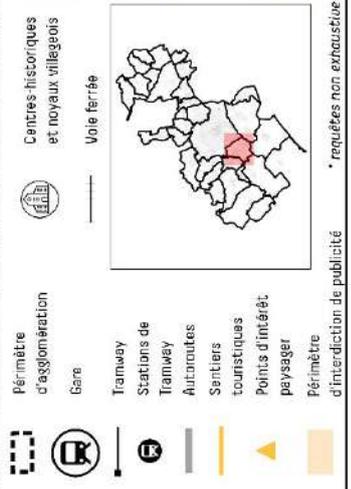
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées

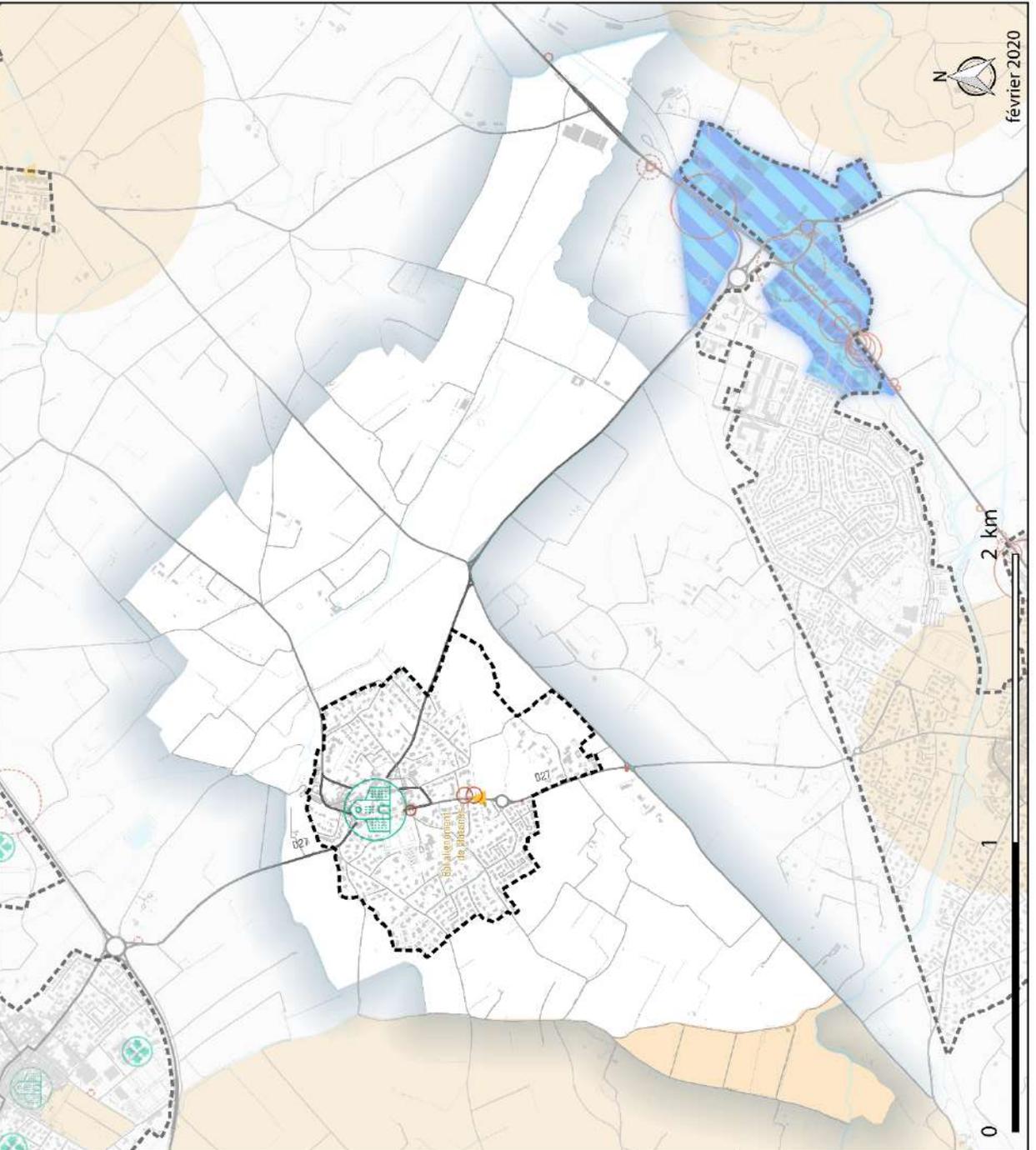
- Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire
- Zone commerciale
- Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives

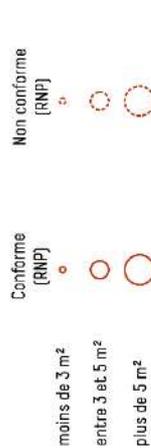
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de SAUSSAN

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

Typologie des axes concernés



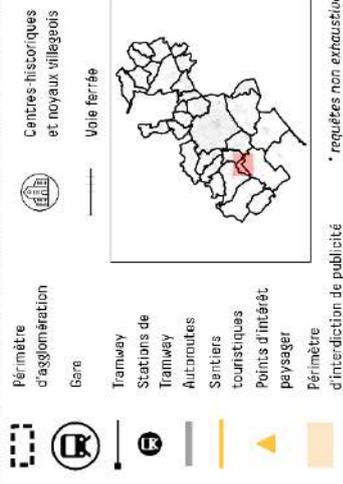
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



Zones économiques dédiées

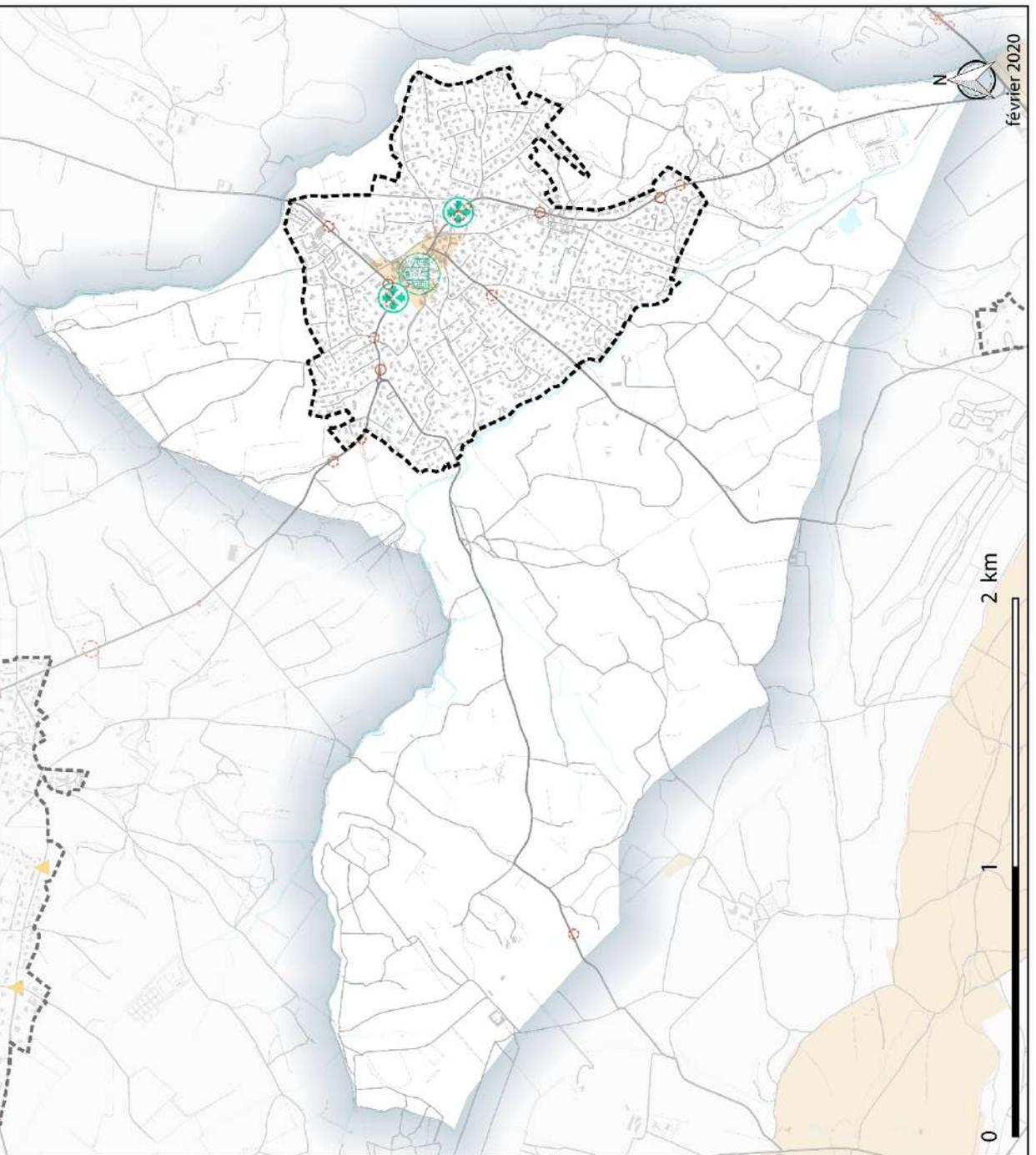


Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures



* requêtes non exhaustives

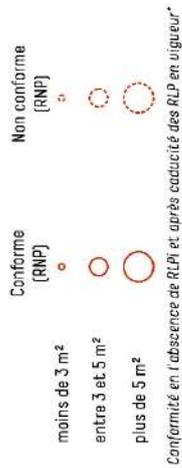
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes



Commune de SUSSARGUES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines ——— Autres axes urbains

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

- Commerces de proximité**
- Centres-historiques et noyaux villageois
 - Faubourgs et pôles secondaires
 - Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)
- Zones économiques dédiées**
- Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire
 - Zone commerciale
 - Zone économique mixte
- Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

	Périmètre d'agglomération		Centres historiques et noyaux villageois
	Gare		Voie ferrée
	Tramway		
	Stations de Tramway		
	Autocourtes		
	Sentiers touristiques		
	Points d'intérêt paysager		
	Périmètre d'interdiction de publicité		

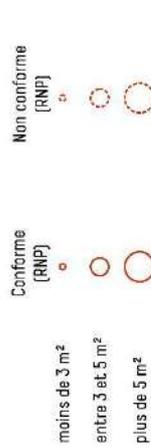
* requêtes non exhaustives

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de VENDARGUES

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RLP et après caducité des RLP en vigueur*

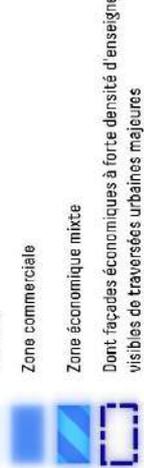
Typologie des axes concernés



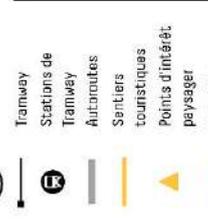
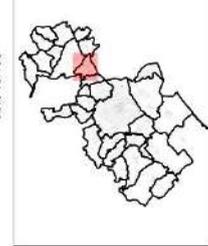
PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES



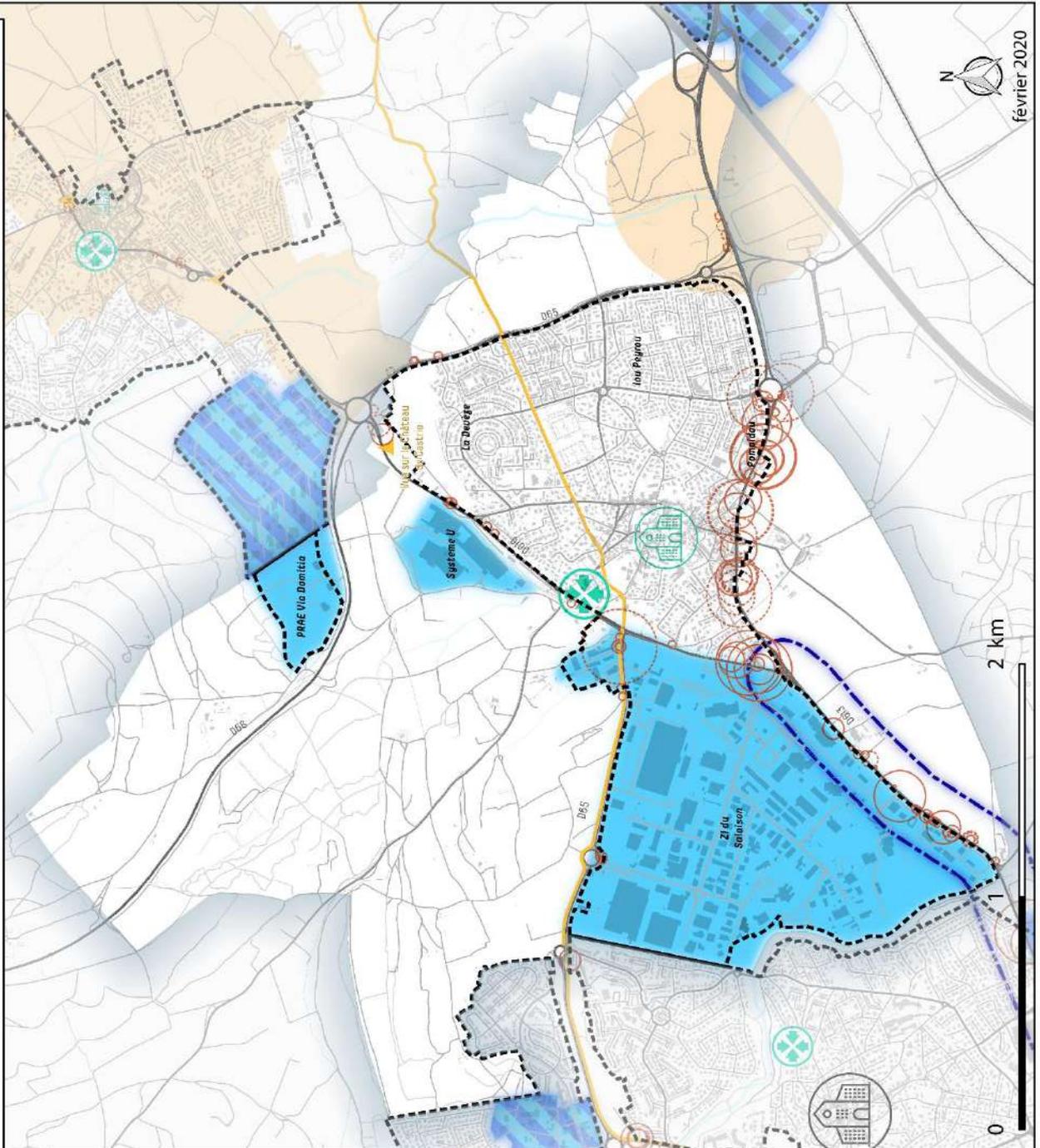
Zones économiques dédiées



Périmètre d'agglomération



* requêtes non exhaustives

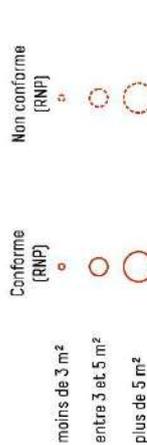


Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes

Commune de VILLENEUVE-LES-MAGUELONE

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Surface des publicités et préenseignes publicitaires présents (en m²) (encadrements compris)



Conformité en l'absence de RNP et après caducité des RNP en vigueur*

Typologie des axes concernés

Grandes pénétrantes urbaines ——— Autres axes urbains

PRINCIPAUX LIEUX D'IMPLANTATION D'ENSEIGNES

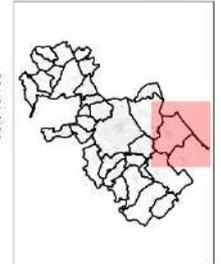
Commerces de proximité
 Centres-historiques et noyaux villageois
 Faubourgs et pôles secondaires
 Arcères commerciales en tissu mixte (habitat, commerces, services)

Zones économiques dédiées

Zone d'activité à dominante industrie, logistique et tertiaire
 Zone commerciale
 Zone économique mixte

Dont : façades économiques à forte densité d'enseignes visibles de traversées urbaines majeures

Périmètre d'agglomération
 Gare
 Tramway
 Stations de Tramway
 Autoroutes
 Sentiers touristiques
 Points d'intérêt paysager
 Périmètre d'interdiction de publicité



* requêtes non exhaustives

